



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

مقطع کارشناسی ارشد

مدیریت کسب و کار (MBA)

گروه فنی و مهندسی



مصوبه هشتصد و چهل و هفتمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورخ ۹۲/۸/۵

بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار (MBA)

گروه: فنی و مهندسی
رشته: مدیریت کسب و کار (MBA)
مقطع: کارشناسی ارشد
کمیته تخصصی:
گرایش: ۱۵ گرایش
کد رشته: -

شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی، در هشتصد و چهل و هفتمین جلسه مورخ ۹۲/۸/۵، برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار (MBA) را به شرح زیر تصویب کرد:

ماده ۱: برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار (MBA) از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند، لازم‌الاجراء است:

الف) دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اداره می‌شوند.

ب) مؤسساتی که با اجازه رسمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس قوانین تأسیس می‌شوند و تابع مصوبات شورای گسترش آموزش عالی هستند.

ماده ۲: این برنامه از تاریخ ۹۲/۸/۵ برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند، لازم‌الاجراء است.

ماده ۳: برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار (MBA) در سه فصل: مشخصات کلی، جداول دروس و سرفصل دروس برای اجراء به دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ابلاغ می‌شود.

رأی صادره هشتصد و چهل و هفتمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی مورخ ۹۲/۸/۵ درخصوص برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA):

۱. برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت کسب و کار (MBA) که از طرف گروه فنی و مهندسی پیشنهاد شده بود، با اکثریت آراء به تصویب رسید.
۲. این برنامه از تاریخ تصویب به مدت پنج سال قابل اجراء است و پس از آن نیازمند بازنگری است.

جعفر میلی‌منفرد

نایب رئیس شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی



عبدالرحیم نوهاپراهمیم

دبیر شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

به نام یگانه هستی بخش



فهرست مطالب

- ۱- کلیات ۱
- ۱-۱- مقدمه ۲
- ۲-۱- هدف دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار ۴
- ۳-۱- تفاوت دوره با سایر دوره‌های کارشناسی ارشد مدیریتی ۴
- ۴-۱- مطالعه تطبیقی صد دوره برتر ۴
- ۵-۱- مهارت‌های دانش‌آموختگان ۹
- ۶-۱- انواع قالب‌های آموزشی دوره ۹
- ۷-۱- نکات مورد توجه در تدوین برنامه آموزشی ۱۰
- ۸-۱- روش تدوین ۱۱
- ۹-۱- ساختار طرح ۱۲
- ۲- مشخصات اصلی دوره ۱۳
- ۱-۲- ساختار کلی ۱۴
- ۲-۲- گرایش‌ها ۱۵
- ۳-۲- دروس اصلی ۱۸
- ۴-۲- دروس اصلی اختیاری ۱۹
- ۵-۲- نحوه پذیرش ۲۰
- ۶-۲- دروس امتحانی آزمون سراسری ۲۰
- ۷-۲- شرایط محل برگزاری ۲۰
- ۳- گرایش‌ها ۲۱



- ۳-۱- گرایش عمومی ۲۲
- گرایش‌های تخصصی دسته اول ۲۳
- ۳-۲- گرایش استراتژی ۲۴
- ۳-۳- گرایش بازاریابی ۲۶
- ۳-۴- گرایش خدمات ۲۷
- ۳-۵- گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی ۲۸
- ۳-۶- گرایش سازمان‌های پروژه‌محور ۳۰
- ۳-۷- گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات ۳۲
- ۳-۸- گرایش عملیات و زنجیره تامین ۳۴
- ۳-۹- گرایش فناوری ۳۶
- ۳-۱۰- گرایش کارآفرینی ۳۷
- ۳-۱۱- گرایش کسب‌وکار بین‌المللی ۳۹
- ۳-۱۲- گرایش مالی ۴۰
- ۳-۱۳- گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت ۴۲
- گرایش‌های تخصصی دسته دوم ۴۴
- ۳-۱۴- دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار در کشاورزی و صنایع غذایی ۴۵
- ۳-۱۴-۱- درس اصلی ۴۶
- ۳-۱۴-۲- درس اصلی-اختیاری ۴۷
- ۳-۱۴-۳- گرایش کشاورزی تجاری ۴۸
- ۳-۱۴-۴- گرایش مالیه کشاورزی ۴۹
- ۴- شرح دروس ۵۰



۵۱	دروس اصلی
۵۲	اخلاق و احکام کسب و کار (۱۰۰۱)
۵۴	اصول اقتصاد (۱۰۰۲)
۵۶	حسابداری برای مدیران (۱۰۰۳)
۵۸	مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)
۶۰	مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)
۶۲	مدیریت رفتار سازمانی (۱۰۰۶)
۶۴	مدیریت عملیات (۱۰۰۷)
۶۶	مدیریت مالی (۱۰۰۸)
۶۸	مدیریت منابع انسانی (۱۰۰۹)
۷۰	نظریه‌های سازمان و مدیریت (۱۰۱۰)
۷۲	دروس اصلی اختیاری
۷۳	احتمال و آمار در مدیریت (۱۰۱۱)
۷۵	اخلاق و ارزش‌های اسلامی برای مدیران (۱۰۱۲)
۷۷	ارتباطات مدیریت (۱۰۱۳)
۷۹	اصول تنظیم قراردادها و مذاکرات تجاری (۱۰۱۴)
۸۱	اصول کارآفرینی (۱۰۱۵)
۸۳	اقتصاد از منظر اسلام (۱۰۱۶)
۸۵	اقتصاد کلان (۱۰۱۷)
۸۷	اقتصاد مقاومتی (۱۰۱۸)



- ۸۹..... پروژه پایانی (۱۰۱۹).....
- ۹۰..... پویایی کسب و کار (۱۰۲۰).....
- ۹۲..... تحقیق در عملیات (۱۰۲۱).....
- ۹۴..... تصمیم گیری برای مدیران (۱۰۲۲).....
- ۹۶..... توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی (۱۰۲۳).....
- ۹۸..... توسعه و پیشرفت اسلامی (۱۰۲۴).....
- ۱۰۰..... حاکمیت شرکتی (۱۰۲۵).....
- ۱۰۲..... حقوق کسب و کار (۱۰۲۶).....
- ۱۰۴..... رهبری در سازمان (۱۰۲۷).....
- ۱۰۶..... رهبری و مدیریت تغییر با رویکرد اسلامی (۱۰۲۸).....
- ۱۰۸..... روش های تحقیق کسب و کار (۱۰۲۹).....
- ۱۱۰..... روش های حل مساله (۱۰۳۰).....
- ۱۱۲..... سیستم های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱).....
- ۱۱۴..... فضای کسب و کار در ایران (۱۰۳۲).....
- ۱۱۶..... مدیریت از منظر اسلام (۱۰۳۳).....
- ۱۱۸..... مدیریت پروژه (۱۰۳۴).....
- ۱۲۰..... مدیریت تغییر (۱۰۳۵).....
- ۱۲۲..... مدیریت دانش (۱۰۳۶).....
- ۱۲۴..... مدیریت ریسک (۱۰۳۷).....
- ۱۲۶..... مدیریت فناوری و نوآوری (۱۰۳۸).....
- ۱۲۸..... مدیریت کیفیت (۱۰۳۹).....



- ۱۳۰ مشاوره (۱۰۴۰)
- ۱۳۲ مباحث منتخب (۱۰۴۱)
- ۱۳۳ دروس تخصصی گرایش‌ها
- ۱۳۴ پیاده‌سازی استراتژی (۱۲۰۱)
- ۱۳۶ مدیریت استراتژیک پیشرفته (۱۲۰۲)
- ۱۳۸ تفکر استراتژیک و استراتژی در عمل (۱۲۰۳)
- ۱۴۰ کنترل، بودجه‌بندی و مدیریت عملکرد (۱۲۰۴)
- ۱۴۲ مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی (۱۲۰۵)
- ۱۴۴ مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر و هلدینگ (۱۲۰۶)
- ۱۴۵ مدیریت رشد (۱۲۰۷)
- ۱۴۷ مباحث منتخب در استراتژی (۱۲۰۸)
- ۱۴۸ استراتژی بازاریابی (۱۳۰۱)
- ۱۵۰ تحقیقات بازاریابی (۱۳۰۲)
- ۱۵۲ ارتباطات بازاریابی (۱۳۰۳)
- ۱۵۴ بازاریابی بین‌الملل (۱۳۰۴)
- ۱۵۶ بازاریابی بین‌بنگاهی (۱۳۰۵)
- ۱۵۷ تبلیغات (۱۳۰۶)
- ۱۵۹ رفتار مصرف‌کننده (۱۳۰۷)
- ۱۶۱ فروش (۱۳۰۸)
- ۱۶۳ قیمت‌گذاری (۱۳۰۹)
- ۱۶۵ کانال‌های بازاریابی (۱۳۱۰)



- ۱۶۷..... مدیریت برند (۱۳۱۱)
- ۱۶۹..... مباحث منتخب در بازاریابی (۱۳۱۲)
- ۱۷۰..... بازاریابی خدمات (۱۴۰۱)
- ۱۷۲..... مدیریت خدمات (۱۴۰۲)
- ۱۷۳..... صنعت خدمات (۱۴۰۳)
- ۱۷۵..... مدیریت خدمات استراتژیک (۱۴۰۴)
- ۱۷۷..... مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی (۱۴۰۵)
- ۱۷۹..... مدیریت درآمد (۱۴۰۶)
- ۱۸۰..... مباحث منتخب در خدمات (۱۴۰۷)
- ۱۸۱..... مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته (۱۵۰۱)
- ۱۸۳..... مدیریت منابع انسانی پیشرفته (۱۵۰۲)
- ۱۸۵..... توسعه سازمانی (۱۵۰۳)
- ۱۸۷..... دانش و مهارت‌های کار تیمی (۱۵۰۴)
- ۱۸۹..... سیستم‌های جبران خدمت (۱۵۰۵)
- ۱۹۱..... قدرت و سیاست در سازمان‌ها (۱۵۰۶)
- ۱۹۳..... مدیریت استراتژیک منابع انسانی (۱۵۰۷)
- ۱۹۵..... مدیریت بین‌فرهنگی (۱۵۰۸)
- ۱۹۷..... مباحث منتخب در رفتار سازمانی و منابع انسانی (۱۵۰۹)
- ۱۹۸..... تدارکات و تامین مالی پروژه (۱۶۰۱)
- ۲۰۰..... مدیریت پروژه پیشرفته (۱۶۰۲)
- ۲۰۲..... ارتباط موثر، مذاکره و مدیریت تعارض در مدیریت پروژه (۱۶۰۳)



- ۲۰۴..... امکان‌سنجی و ارزیابی پروژه (۱۶۰۴)
- ۲۰۵..... مباحث رفتاری و رهبری در مدیریت پروژه (۱۶۰۵)
- ۲۰۷..... مدیریت استراتژیک پروژه (۱۶۰۶)
- ۲۰۹..... مدیریت پروژه در تحقیق و توسعه (۱۶۰۷)
- ۲۱۱..... مدیریت پروژه در ساخت‌وساز (۱۶۰۸)
- ۲۱۳..... مدیریت پروژه در فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۶۰۹)
- ۲۱۵..... مدیریت پروژه در نفت، گاز و پتروشیمی (۱۶۱۰)
- ۲۱۷..... مدیریت ریسک پروژه (۱۶۱۱)
- ۲۱۹..... مدیریت طرح و سبد پروژه (۱۶۱۲)
- ۲۲۰..... مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه‌محور (۱۶۱۳)
- ۲۲۲..... مدیریت مناقشات و دعاوی (۱۶۱۴)
- ۲۲۳..... مدیریت و مهندسی ارزش (۱۶۱۵)
- ۲۲۵..... مباحث منتخب در سازمان‌های پروژه‌محور (۱۶۱۶)
- ۲۲۶..... تجارت الکترونیک (۱۷۰۱)
- ۲۲۷..... مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۷۰۲)
- ۲۲۹..... برنامه‌های جامع فناوری اطلاعات (۱۷۰۳)
- ۲۳۱..... تحلیل و طراحی سیستم‌های اطلاعاتی (۱۷۰۴)
- ۲۳۳..... سیستم‌های اطلاعاتی استراتژیک (۱۷۰۵)
- ۲۳۵..... سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری (۱۷۰۶)
- ۲۳۷..... سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی (۱۷۰۷)
- ۲۳۹..... مدیریت ارتباط با مشتریان (۱۷۰۸)



- ۲۴۱.....مدیریت فرایندهای کسب‌وکار (۱۷۰۹).....
- ۲۴۳.....هوش کسب‌وکار (۱۷۱۰).....
- ۲۴۵.....مباحث منتخب در سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات (۱۷۱۱).....
- ۲۴۶.....استراتژی عملیات (۱۸۰۱).....
- ۲۴۸.....مدیریت زنجیره تامین (۱۸۰۲).....
- ۲۵۰.....طراحی و تحلیل سیستم‌های تولیدی (۱۸۰۳).....
- ۲۵۲.....لجستیک (۱۸۰۴).....
- ۲۵۴.....لجستیک بین‌الملل (۱۸۰۵).....
- ۲۵۵.....مدیریت ارتباط با تامین کنندگان (۱۸۰۶).....
- ۲۵۷.....مدیریت استراتژیک زنجیره تامین (۱۸۰۷).....
- ۲۵۹.....مدیریت تقاضا (۱۸۰۸).....
- ۲۶۱.....مدیریت حمل‌ونقل (۱۸۰۹).....
- ۲۶۲.....مدیریت ریسک زنجیره تامین (۱۸۱۰).....
- ۲۶۴.....مدیریت عملیات پیشرفته (۱۸۱۱).....
- ۲۶۶.....مدیریت موجودی و انبار (۱۸۱۲).....
- ۲۶۸.....مباحث منتخب در عملیات و زنجیره تامین (۱۸۱۳).....
- ۲۶۹.....انتقال فناوری (۱۹۰۱).....
- ۲۷۰.....مدیریت استراتژیک فناوری (۱۹۰۲).....
- ۲۷۱.....ارزیابی و پیش‌بینی فناوری (۱۹۰۳).....
- ۲۷۳.....آینده‌پژوهی (۱۹۰۴).....
- ۲۷۵.....توسعه صنعتی و فناورانه (۱۹۰۵).....



- سیاست‌گذاری علم و فناوری (۱۹۰۶) ۲۷۷
- مدیریت اتحادهای استراتژیک (۱۹۰۷) ۲۷۹
- مدیریت تحقیق و توسعه (۱۹۰۸) ۲۸۱
- نظام‌های نوآوری (۱۹۰۹) ۲۸۳
- مباحث منتخب در فناوری (۱۹۱۰) ۲۸۵
- طرح‌ریزی و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید (۲۰۰۱) ۲۸۶
- نظریه‌های کارآفرینی (۲۰۰۲) ۲۸۸
- تحلیل محیط کسب‌وکار (۲۰۰۳) ۲۹۰
- سازمان‌های یادگیرنده (۲۰۰۴) ۲۹۲
- کارآفرینی استراتژیک (۲۰۰۵) ۲۹۴
- کارآفرینی اجتماعی (۲۰۰۶) ۲۹۶
- کارآفرینی سازمانی (۲۰۰۷) ۲۹۸
- مدیریت کسب‌وکارهای کوچک (۲۰۰۸) ۳۰۰
- مباحث منتخب در کارآفرینی (۲۰۰۹) ۳۰۲
- اصول کسب‌وکارهای بین‌المللی (۲۱۰۱) ۳۰۳
- حقوق کسب‌وکار بین‌المللی (۲۱۰۲) ۳۰۵
- مدیریت جهانی (۲۱۰۳) ۳۰۷
- مدیریت مذاکرات (۲۱۰۴) ۳۰۹
- مباحث منتخب در کسب‌وکار بین‌المللی (۲۱۰۵) ۳۱۱
- بازارها و نهادهای مالی (۲۲۰۱) ۳۱۲
- مدیریت سرمایه‌گذاری (۲۲۰۲) ۳۱۴



- ۳۱۶.....اقتصادسنجی مالی (۲۲۰۳)
- ۳۱۷.....بانکداری (۲۲۰۴)
- ۳۱۹.....بیمه (۲۲۰۵)
- ۳۲۱.....سرمایه‌گذاری و تامین مالی املاک و مستغلات (۲۲۰۶)
- ۳۲۳.....قوانین و مقررات مالی (۲۲۰۷)
- ۳۲۵.....مالیه بین‌الملل (۲۲۰۸)
- ۳۲۷.....مالیه اسلامی (۲۲۰۹)
- ۳۲۹.....مالیه رفتاری (۲۲۱۰)
- ۳۳۱.....مدیریت مالی در نفت و گاز (۲۲۱۱)
- ۳۳۳.....مهندسی مالی (۲۲۱۲)
- ۳۳۵.....مباحث منتخب در مالی (۲۲۱۳)
- ۳۳۶.....توسعه محصول و خدمت (۲۳۰۱)
- ۳۳۸.....مباحث منتخب در نوآوری و توسعه محصول و خدمت (۲۳۰۲)
- ۳۳۹.....اخلاق، احکام و قوانین در کسب‌وکار کشاورزی (۴۰۰۱)
- ۳۴۱.....حسابداری برای مدیران در کسب‌وکار کشاورزی (۴۰۰۲)
- ۳۴۳.....مدیریت بازاریابی در کسب‌وکار کشاورزی (۴۰۰۳)
- ۳۴۵.....مدیریت عملیات کشاورزی (۴۰۰۴)
- ۳۴۷.....مدیریت مالی در کسب‌وکار کشاورزی (۴۰۰۵)
- ۳۴۹.....تحلیل سیاست‌های کشاورزی (۴۰۰۶)
- ۳۵۱.....ریسک قیمت و بازار بورس محصولات کشاورزی (۴۰۰۷)
- ۳۵۳.....صنعت مواد غذایی در ایران (۴۰۰۸)



- ۳۵۵..... اقتصاد تولید کشاورزی (۴۱۰۱)
- ۳۵۷..... مدیریت زنجیره تولید و عرضه مواد غذایی (۴۱۰۲)
- ۳۵۹..... آمار در بازاریابی و مدیریت کشاورزی (۴۱۰۳)
- ۳۶۰..... تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی (۴۱۰۴)
- ۳۶۱..... تجارت بین‌المللی محصولات کشاورزی (۴۱۰۵)
- ۳۶۲..... تحقیقات بازاریابی در کشاورزی تجاری (۴۱۰۶)
- ۳۶۴..... مدیریت ریسک در کشاورزی تجاری (۴۱۰۷)
- ۳۶۶..... مباحث منتخب در کشاورزی تجاری (۴۱۰۸)
- ۳۶۷..... سرمایه‌گذاری و ارزیابی اقتصادی طرح‌های کشاورزی (۴۲۰۱)
- ۳۶۹..... مدیریت مالی پیشرفته در کسب‌وکار کشاورزی (۴۲۰۲)
- ۳۷۰..... اصول بانکداری اسلامی و بیمه کشاورزی (۴۲۰۳)
- ۳۷۲..... بازارهای آینده محصولات کشاورزی (۴۲۰۴)
- ۳۷۴..... بازارهای مالی و اعتباری کشاورزی (۴۲۰۵)
- ۳۷۵..... بودجه‌بندی و کنترل در کسب‌وکار کشاورزی (۴۲۰۶)
- ۳۷۶..... تحلیل داده‌ها و تصمیم‌گیری در کسب‌وکار کشاورزی (۴۲۰۷)
- ۳۷۷..... مباحث منتخب در مالیه کشاورزی (۴۲۰۸)



فهرست جداول

- جدول ۱. روند استخدام مدیران کسب‌وکار در کشورهای مختلف ۷
- جدول ۲. ساختار کلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) ۱۴
- جدول ۳. لیست گرایش‌های کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) ۱۶
- جدول ۴. دروس اصلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) ۱۸
- جدول ۵. دروس اصلی - اختیاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) ۱۹
- جدول ۶. دروس تخصصی - اصلی گرایش استراتژی ۲۴
- جدول ۷. دروس تخصصی - اختیاری گرایش استراتژی ۲۵
- جدول ۸. دروس تخصصی - اصلی گرایش بازاریابی ۲۶
- جدول ۹. دروس تخصصی - اختیاری گرایش بازاریابی ۲۶
- جدول ۱۰. دروس تخصصی - اصلی گرایش خدمات ۲۷
- جدول ۱۱. دروس تخصصی - اختیاری گرایش خدمات ۲۷
- جدول ۱۲. دروس تخصصی - اصلی گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی ۲۸
- جدول ۱۳. دروس تخصصی - اختیاری گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی ۲۹
- جدول ۱۴. دروس تخصصی - اصلی گرایش سازمان‌های پروژه‌محور ۳۰
- جدول ۱۵. دروس تخصصی - اختیاری گرایش سازمان‌های پروژه‌محور ۳۱
- جدول ۱۶. دروس تخصصی - اصلی گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات ۳۲
- جدول ۱۷. دروس تخصصی - اختیاری گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات ۳۳
- جدول ۱۸. دروس تخصصی - اصلی گرایش عملیات و زنجیره تامین ۳۴
- جدول ۱۹. دروس تخصصی - اختیاری گرایش عملیات و زنجیره تامین ۳۵
- جدول ۲۰. دروس تخصصی - اصلی گرایش فناوری ۳۶
- جدول ۲۱. دروس تخصصی - اختیاری گرایش فناوری ۳۶
- جدول ۲۲. دروس تخصصی - اصلی گرایش کارآفرینی ۳۷
- جدول ۲۳. دروس تخصصی - اختیاری گرایش کارآفرینی ۳۸
- جدول ۲۴. دروس تخصصی - اصلی گرایش کسب‌وکار بین‌المللی ۳۹
- جدول ۲۵. دروس تخصصی - اختیاری گرایش کسب‌وکار بین‌المللی ۳۹
- جدول ۲۶. دروس تخصصی - اصلی گرایش مالی ۴۰



- جدول ۲۷. دروس تخصصی-اختیاری گرایش مالی..... ۴۱
- جدول ۲۸. دروس تخصصی-اصلی گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت ۴۲
- جدول ۲۹. دروس تخصصی-اختیاری گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت ۴۳
- جدول ۳۰. دروس اصلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی ۴۶
- جدول ۳۱. دروس اصلی-اختیاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی ۴۷
- جدول ۳۲. دروس تخصصی-اصلی گرایش کشاورزی تجاری..... ۴۸
- جدول ۳۳. دروس تخصصی-اختیاری گرایش کشاورزی تجاری..... ۴۸
- جدول ۳۴. دروس تخصصی-اصلی گرایش مالیه کشاورزی..... ۴۹
- جدول ۳۵. دروس تخصصی-اختیاری گرایش مالیه کشاورزی..... ۴۹



فهرست شکل‌ها

- شکل ۱. مقایسه تعداد سال‌های دوره‌های تمام‌وقت ۵
- شکل ۲. متوسط تعداد واحدهای سالانه دوره‌های تمام‌وقت ۵
- شکل ۳. تعداد واحدهای اصلی دوره‌های تمام‌وقت ۶
- شکل ۴. تعداد واحدهای کل دوره‌های تمام‌وقت ۶
- شکل ۵. روند استخدام مدیران کسب‌وکار در حوزه‌های تخصصی مختلف ۷



۱- کلیات



۱-۱- مقدمه

بهبود استاندارد زندگی در هر کشوری مستلزم ارتقا سطح کیفیت مدیریت در سازمان‌های اقتصادی، اجتماعی، تولیدی و خدماتی است. برای تحقق توسعه‌یافتگی و پیشرفت مستمر، باید موقعیت‌های اقتصادی بیشتر و برتر برای کشور فراهم آید و با استفاده از الگوی توسعه دانش‌بنیان در جهت بهبود مدیریت آن‌ها تلاش شود. بهبود مدیریت به بهبود بهره‌وری می‌انجامد و از این راه، امکان استفاده بهتر از ظرفیت‌ها و امکانات موجود را فراهم می‌کند که زمینه‌ساز عرضه مطلوب‌تر کالاها و خدمات خواهد شد. رسیدن به چنین جایگاهی مستلزم وجود مدیرانی آینده‌نگر، اخلاق‌مدار، مجهز به دانش روز و مسلط بر ابزارهای مدیریتی است.

با چنین نگرشی، دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار^۱ (MBA) افراد دارای تخصص‌های گوناگون را برای مدیریت آماده می‌سازد. این دوره ابتدا در کشورهای صنعتی و سپس در کشورهای در حال توسعه گسترش یافت. اولین دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در ایالات متحده، در مدرسه کسب و کار تاک^۲ در ابتدای قرن بیستم تاسیس شد. در سال ۱۹۰۸ میلادی، مدرسه کسب و کار دانشگاه هاروارد^۳ تاسیس شد و در سال ۱۹۲۳ مدرسه کسب و کار دانشگاه شیکاگو^۴ به کارکنان حرفه‌ای دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار اجرایی (EMBA)^۵ را ارائه داد. در سال ۱۹۵۰ اولین دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در خارج از ایالات متحده توسط دانشگاه وسترن انتاریو^۶ در کشور کانادا ارائه شد. به دنبال آن در سال ۱۹۵۱ دانشگاه پرتوریا^۷ در آفریقای جنوبی نیز این دوره را ارائه داد. در سال ۱۹۵۵ موسسه مدیریت کسب و کار در کراچی پاکستان، با همکاری دانشگاه پنسیلوانیا^۸ به عنوان اولین مدرسه کسب و کار آسیایی، این دوره را با الگوبرداری از ایالات متحده ارائه کرد. در سال ۱۹۵۷ اینسید^۹ به عنوان اولین مدرسه کسب و کار اروپایی، برنامه درسی کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار را به اجرا درآورد. به دنبال این پیشرفت‌ها، تاکنون برنامه‌های درسی مشابه و متنوع از این دوره در کشورهای مختلف طراحی و اجرا شده است.

^۱ Master of Business Administration (MBA)

^۲ Tuck School of Business

^۳ Harvard University

^۴ University of Chicago

^۵ Executive Master of Business Administration

^۶ University of Western Ontario

^۷ University of Pretoria

^۸ University of Pennsylvania

^۹ INSEAD



همراه با اقبال جهانی به برگزاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در دهه ۵۰ شمسی در ایران مرکزی به نام (ICMS)^۱ با همکاری دانشگاه هاروارد این دوره راه‌اندازی شد. امام تنها دوبار این دوره برگزار شد. دومین گام در این راستا در اواخر دهه ۶۰ شمسی توسط سازمان مدیریت صنعتی برداشته شد. در نهایت اولین برنامه دانشگاه این دوره براساس مصوبه جلسه ۴۰۸ نترخ ۷۹/۱۱/۶ شورای عالی برنامه‌ریزی در دانشگاه صنعتی شریف به اجرا درآمده و بعد از آن در بسیاری از دانشگاه‌های دیگر در سطح کشور تا امروز برگزار شده است.

با توجه به ضرورت به روزرسانی محتوای دوره، پرداختن عمیق‌تر به ارزش‌ها و الگوهای اسلامی در حوزه مدیریت، از نظر گرفتن نیازهای بومی کشور، کاهش مدت دوره به دو سال، ایجاد نگاه مشترک میان مجریان اصلی این دوره و نظام‌مند کردن گرایش‌ها، طرح پیش‌رو یک برنامه درسی منسجم برای برگزاری این دوره را ارائه می‌کند.



۲-۱- هدف دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار

هدف اصلی دوره مدیریت کسب و کار، تربیت و توانمندسازی سرمایه انسانی لازم برای ایفای نقش موثر در حوزه مدیریت کسب و کار است. مخاطبان دوره، افرادی با تجربه کاری قابل توجه و غالباً دانش‌آموختگان رشته‌های فنی-مهندسی و یا علوم پایه هستند که به دنبال کسب دانش مدیریتی لازم برای اداره مطلوب‌تر کسب و کار خویش هستند.

۳-۱- تفاوت دوره با سایر دوره‌های کارشناسی ارشد مدیریتی

دوره‌های مرسوم کارشناسی ارشد مدیریت^{۱۱} (برای نمونه مدیریت صنعتی، مدیریت بازرگانی، مدیریت دولتی، مدیریت مالی) معمولاً بر فراگیری نظریه‌ها، روش‌ها و ابزارهای مدیریتی، و پژوهش متمرکز هستند. چنین دوره‌هایی مناسب دانش‌آموختگان کارشناسی یکی از دوره‌های مدیریتی است که به دنبال پژوهش و تدریس یا احراز سمت‌های مدیریتی بدون برخورداری از تجربه کاری پیشین باشند. در مقابل، دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، به‌میزان قابل توجه عمل‌گرا است و به دنبال آموزش و به‌کارگیری عملی دانش مدیریتی موجود و انتقال تجربه‌های کاری است. هدف اصلی این دوره، توانمندسازی موثر مدیران فعلی کسب و کار است. این دوره برای افرادی با زمینه‌های تحصیلی مختلف مناسب است که دارای تجربه مدیریتی هستند. در مجموع این دوره به دنبال توانمندسازی و ارتقا شغلی مدیران کسب و کار با توجه به نیازها و اولویت‌های بومی در چارچوب اخلاق و ارزش‌ها می‌باشد.

۴-۱- مطالعه تطبیقی صد دوره برتر

در ادامه به ارزیابی قسمتی از نتایج حاصل از تحلیل آماری اطلاعات صد دوره برتر جهان در زمینه برگزاری دوره‌های تمام‌وقت کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار پرداخته می‌شود. صد دوره مورد بررسی در این مطالعه برگرفته از رتبه‌بندی سال ۲۰۱۲ فایننشیال تایمز^{۱۲} هستند.

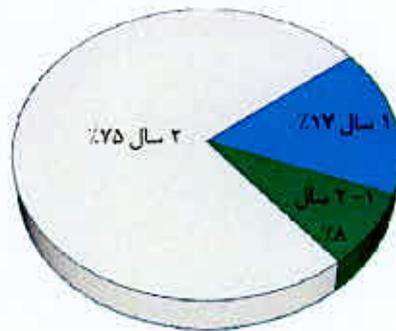
• طول دوره

شکل ۱ طول مدت دوره‌های تمام‌وقت را بر اساس این مطالعه نشان می‌دهد. همان‌گونه که در این شکل نشان داده شده است، طول مدت اغلب دوره‌ها ۲ سال است.

^{۱۱} Master of Management

^{۱۲} Financial Times

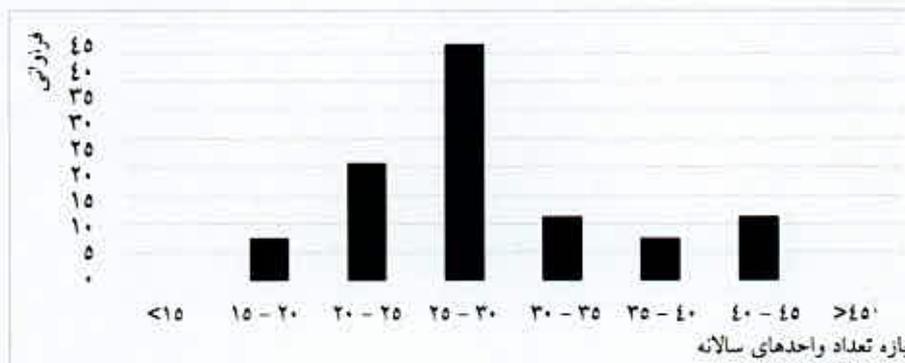




شکل ۱. مقایسه تعداد سال‌های دوره‌های تمام‌وقت

• **تعداد واحدهای سالانه**

در شکل ۲، فراوانی تعداد واحدها در هر سال نشان داده شده است. بر این اساس، بیشترین فراوانی تعداد واحدهای سالانه بین ۲۵ تا ۳۰ واحد است.



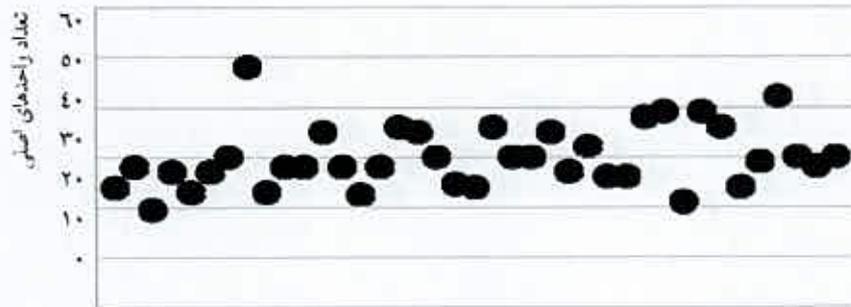
شکل ۲. متوسط تعداد واحدهای سالانه دوره‌های تمام‌وقت

در طراحی این دوره، با اندکی اختلاف از نتیجه شکل ۲، ۲۴ واحد برای هر سال تحصیلی انتخاب شده است. علت این اختلاف جزئی آن است که دانشجویان با توجه به قوانین آموزشی موجود، بتوانند در دو سال تمام واحدهای تحصیلی را اخذ کنند بدون آنکه نیاز به اخذ بیش از ۱۲ واحد در هر نیمسال تحصیلی داشته باشند.



• تعداد واحدهای اصلی

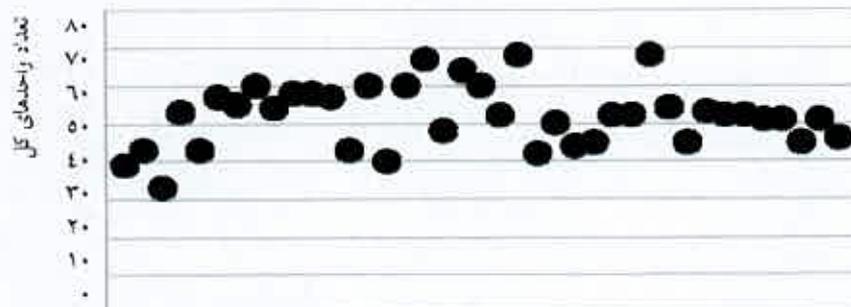
شکل ۳ نشان‌گر تعداد واحدهای اصلی دوره‌های تمام‌وقت بر اساس مطالعه مذکور است. میانگین تعداد واحدهای اصلی دوره‌های تمام‌وقت ۳۰ واحد، کمینه آن ۲۰ واحد و بیشینه آن ۴۸ واحد است.



شکل ۳. تعداد واحدهای اصلی دوره‌های تمام‌وقت

• تعداد واحدهای کل

در شکل ۴، تعداد کل واحدهای دوره‌های تمام‌وقت نشان داده شده است. میانگین تعداد کل واحدهای دوره‌های تمام‌وقت ۵۲ واحد، کمینه آن ۳۳ واحد و بیشینه آن ۶۸ واحد است.



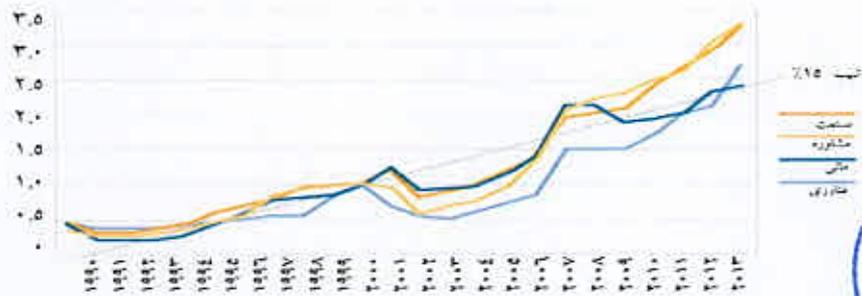
شکل ۴. تعداد واحدهای کل دوره‌های تمام‌وقت

غیر از مطالب بالا، از گزارش‌های فاینشیشال تایمز، نکات ارزشمند دیگری فراتر از مشخصات دوره نیز می‌توان به دست آورد. در ادامه تنها به دو نمونه از این نکات اشاره می‌شود.



• روند استخدام مدیران کسب و کار در کشورهای مختلف

در شکل ۵، روند استخدام مدیران کسب و کار در سال‌های اخیر در حوزه‌های تخصصی مختلف ارایه شده است. این شکل نشان‌گر رشد کلی روند استخدام در تمامی حوزه‌ها می‌باشد. علی‌رغم وجود روند نزولی در مقاطعی به‌علت رکود اقتصاد جهانی، روند کلی استخدام‌ها افزایشی بوده است.



شکل ۵. روند استخدام مدیران کسب و کار در حوزه‌های تخصصی مختلف

• روند استخدام مدیران کسب و کار در کشورهای مختلف

جدول ۱ نشان‌گر رشد فزاینده روند استخدام مدیران کسب و کار در اقتصادهای بزرگ آسیایی مانند هند و چین در سال‌های اخیر است. در مقابل، چنین روندی در کشورهای غربی کاهش یافته یا ایستا بوده است.

جدول ۱. روند استخدام مدیران کسب و کار در کشورهای مختلف

رتبه‌بندی سال ۲۰۱۲	رتبه‌بندی سال ۲۰۱۱	کشور	رشد تقاضا (۲۰۱۲-۲۰۱۱)	رشد تقاضا (۲۰۱۳-۲۰۱۲)
۱	۱	هند	٪۱۶	٪۲۹
۲	۲	ایالات متحده	٪۱۶	٪۲
۳	۳	انگلیس	٪۱۴	٪۴
۴	۶	کره جنوبی	٪۳۰	٪۲۰
۵	۵	چین	٪۲۰	٪۳۵
۶	۷	مکزیک	٪۲۸	٪۸
۷	۴	آرژانتین	٪۶	٪۱۰
۸	۱۱	برزیل	٪۲۲	٪۱۶
۹	۸	آلمان	٪۱۶	٪۱
۱۰	۱۰	ژاپن	٪۱۵	٪۱۷

در مجموع بر اساس بررسی‌های انجام شده و با عنایت به تجربیات موجود کشور در سال‌های گذشته، نکات مهم مربوط به دوره‌های کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار که در این طرح بررسی شده‌اند را می‌توان به‌طور خلاصه بیان کرد:

- عموم کشورهای دنیا و به ویژه کشورهای توسعه‌یافته بر اهمیت این دوره واقف هستند.
- دانش‌آموختگان رشته‌های مهندسی، به‌ویژه در ایران، بیش از دانش‌آموختگان سایر رشته‌ها از آن استقبال می‌کنند.
- درصد قابل توجهی از سازمان‌های به‌کارگیرنده دانش‌آموختگان این دوره، در حوزه کسب و کارهای مربوط به مهندسی فعالیت دارند.
- کمبود دوره‌های حرفه‌ای با رتبه بالا در آسیا، به‌ویژه کشورهای خاورمیانه کاملاً احساس می‌شود.
- کمبود دانشجوی بین‌المللی در دوره‌های آسیایی غیر از معدودی از کشورها مانند هنگ‌کنگ و سنگاپور کاملاً مشهود است.
- کشورهای آسیایی مانند هند و چین در رشد به‌کارگیری مدیران کسب و کار در بین برترین کشورها قرار می‌گیرند.
- میزان به‌کارگیری مدیران کسب و کار در یک کشور می‌تواند به‌عنوان شاخصی برای ارزیابی فضای کسب و کار آن کشور در نظر گرفته شود.
- در اکثر دانشگاه‌ها، متقاضیان باید سابقه کاری بین ۳ تا ۵ سال داشته باشند.
- میانگین سنی متقاضیان دوره‌های تمام‌وقت ۲۷ سال است.
- متقاضیان نیازمند به آشنایی کافی با زبان انگلیسی هستند.
- ۷۵٪ دوره‌های برتر تمام‌وقت جهان دوساله هستند.
- بیشترین فراوانی تعداد واحدها در هر سال از ۲۵ تا ۳۰ واحد است.
- میانگین واحدهای اصلی در دوره‌های دوساله برابر با ۳۰ واحد است.
- میانگین کل واحدها در دوره‌های دوساله برابر با ۵۲ واحد است.
- تنها ۳ درصد از دوره‌ها کمتر از ۳۵ واحد در تعداد واحدهای کل دارند.
- بیشترین فراوانی در نسبت واحدهای اصلی به کل واحدها برابر با ۶۵ تا ۷۰ درصد است.
- در بسیاری از کشورهای جهان، گرایش‌های متنوعی برای رشته مدیریت کسب و کار طراحی شده است و گرایش‌های جدید دیگری نیز به‌سرعت در حال ظهور هستند.

اطلاعات ارایه شده در بندهای آخر درباره طول دوره، تعداد واحدهای سالانه، واحدهای اصلی، واحدهای کل و نسبت واحدهای اصلی به کل مبنای طراحی ساختار این دوره قرار گرفته است. در این طراحی امکان



اتمام دوره در طول ۴ نیمسال تحصیلی با رعایت سقف ۱۲ واحد در هر نیمسال، همانند سایر دوره‌های کارشناسی ارشد مد نظر قرار گرفته است. جزییات برنامه آموزشی این دوره در بخش دوم آرایه خواهد شد.

۵-۱- مهارت‌های دانش‌آموختگان

انتظار می‌رود دانش‌آموختگان پس از گذراندن دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، مهارت‌های زیر را به دست آورند:

- مشاوره به مدیران سازمان‌های تولیدی و خدماتی در سطوح مختلف،
- اداره و راهبری بخش‌های تخصصی سازمان‌های تولیدی و خدماتی به صورت کارآمد و موثر،
- مدیریت و راهبری سازمان‌های تولیدی و خدماتی به عنوان مدیر ارشد و یا عضو هیات‌مدیره،
- فعالیت موثر و کارا در قسمت‌های مختلف مدیریتی سازمان همانند مالی، بازاریابی و منابع انسانی.

۶-۱- انواع قالب‌های آموزشی دوره

دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در قالب‌های آموزشی مختلف برگزار می‌شود که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود:

- دوره‌های تمام‌وقت^{۱۳}
این دوره‌ها معمولاً دوساله هستند و بیشتر دانشجویان آن‌ها دارای سابقه کاری می‌باشند. تعامل مناسب بین دانشجویان و استادان، امکان اخذ دروس متنوع و مناسب بودن دوره برای تغییر شغل از جمله مزایای این دوره‌هاست. از معایب آن نیز می‌توان به هزینه‌بر بودن و دوری از محیط کار اشاره کرد.

- دوره‌های پاره‌وقت^{۱۴}
این دوره‌ها معمولاً چهار سال و دربرگیرنده کلاس‌های شبانه هستند. چنین دوره‌هایی مناسب دانشجویان مسن‌تر و باسابقه‌تر می‌باشند. امکان ادامه کار هم‌زمان با تحصیل، امکان پرداخت راحت‌تر هزینه‌ها، امکان استفاده هم‌زمان از آموخته‌ها و ارتباط دانشجویان با افراد با سابقه کار بالا

^{۱۳} Full-time MBA

^{۱۴} Part-time MBA



از مزایای این دوره‌ها می‌باشد. اعتبار کم‌تر مدرک اخذشده در نزد شرکت‌ها و اختصاص وقت کم‌تر توسط دانشجو از معایب چنین دوره‌هایی است.

• دوره‌های اجرایی^{۱۵}

کلاس‌های این دوره‌ها معمولاً یک روز در هفته و یا آخر هفته‌ها برگزار می‌شود. دانشجویان ورودی این دوره‌ها نیازمند سابقه کاری بیشتر هستند. حمایت شرکت‌ها، امکان کار هم‌زمان با تحصیل، امکان استفاده از استادان مجرب و ارتباط دانشجویان با افراد با سابقه کار بالا از مزایای این دوره‌ها می‌باشد. محدود بودن گزینه‌ها حین انتخاب دروس و اختصاص وقت کم‌تر توسط دانشجو از معایب آن به‌شمار می‌رود.

• دوره‌های یادگیری از راه دور^{۱۶}

در این گونه از دوره‌ها بسیاری از دروس به‌صورت راه دور تدریس می‌شوند و معمولاً این دوره‌ها سه تا پنج سال به‌طول می‌انجامند. افزایش مهارت استفاده از رایانه، کم هزینه بودن، عدم وجود محدودیت در محل جغرافیایی دانشجو و منعطف بودن طول دوره از مزایای آن است. پایین بودن نسبی انگیزه دانشجویان، عدم پذیرش مدرک از سوی برخی از شرکت‌ها، محدود بودن تعامل با استادان و طولانی بودن دوره از معایب آن است.

• دوره‌های منعطف^{۱۷}

این دوره‌ها برگرفته از دوره‌های یادگیری از راه دور است. منعطف بودن زمان آرایه دروس، متناسب بودن دروس با نیازهای دانشجویان، امکان بهره‌گیری از یادگیری راه دور در صورت نیاز و اخذ سریع‌تر مدارک از مزایای این دوره‌هاست. اما شرکت در این دوره‌ها هزینه‌بر است و مدارک آن از اعتبار کمتری برخوردار هستند.



۷-۱- نکات مورد توجه در تدوین برنامه آموزشی

- طراحی دوره به‌گونه‌ای بوده که در دانشکده‌های ذی‌صلاح تمامی دانشگاه‌ها اعم از جامع، فنی-مهندسی، علوم انسانی و سایر دانشگاه‌ها قابل پیاده‌سازی باشد.
- نیل به هدف دوره با توجه به نیازها و اولویت‌های بومی کشور در چارچوب اخلاق کاری و ارزش‌های اسلامی صورت گرفته است.

¹⁵ Executive MBA

¹⁶ Distance-learning MBA

¹⁷ Flexible MBA

- طراحی دوره با توجه به تعداد قابل توجه متقاضیان از میان دانش‌آموختگان رشته‌های مهندسی شاغل در حوزه‌های مدیریتی کسب و کارهای مهندسی و دانش‌بنیان انجام شده است.
- در طراحی دوره، نیازهای ناشی از اسناد بالادستی کشور از جمله سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ و نقشه جامع علمی کشور و ضرورت دستیابی به اقتصاد دانش‌بنیان مدنظر بوده است.

۸-۱- روش تدوین

به‌طور کلی، دوره‌های کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار به‌گونه‌ای تنظیم می‌شوند که دانشجویان با جنبه‌های مختلف دوره کسب و کار همچون حسابداری، مدیریت مالی، بازاریابی، منابع انسانی، مدیریت عملیات و مدیریت استراتژیک آشنا شوند. در تدوین دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار، از تجربه سالیان گذشته کشور در ارایه این دوره و اطلاعات صد دانشگاه برتر جهان برگزارکننده این دوره بر اساس رتبه‌بندی فایننشیال تایمز الگوبرداری اولیه شده است. در ادامه از مراجع مرتبط و نظر استادان مجرب و خبرگان این حوزه با تشکیل گروه‌های کانونی استفاده شده است. یکی از دغدغه‌های اصلی در فرآیند تدوین دوره، لحاظ جدی نیازهای بومی و مبانی ارزشی اسلام بوده است. در این راستا، برای اولین بار تعداد قابل توجهی از دروس جدید مبتنی بر اصول و ارزش‌های اسلامی و ایرانی تنظیم شده‌اند. همچنین در سرفصل دروسی که به‌نحوی به مبانی فکری یا ارزشی فرد، جامعه و یا هر دو مربوط هستند موضوعات مرتبطی گنجانده شده است.



۹-۱- ساختار طرح

طرح حاضر برنامه آموزشی یک دوره تمام وقت کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) است. طراحی دوره به گونه‌ای است که در حد امکان در تمامی دانشگاه‌های ذیصلاح قابل اجرا باشد. همچنین با رعایت چارچوب‌های قانونی، جلب نظرات متنوع متقاضیان گذراندن دوره در نظر گرفته شده است. بخش‌های بعدی این طرح، به ترتیب به ارزیابی مشخصات اصلی دوره، گرایش‌ها و شرح دروس می‌پردازد.



۲- مشخصات اصلی دوره



۱-۲- ساختار کلی

طول دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) برابر با ۲ سال و شامل ۴ نیمسال تحصیلی است. نظام آموزشی این دوره مطابق آیین نامه‌ها و مصوبات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است. این دوره دارای گرایش‌های عمومی و تخصصی است که در بخش ۲-۲ به آن‌ها پرداخته خواهد شد. کلیه دروس این دوره ۳ واحدی هستند و در مجموع تعداد واحدهای درسی آن برابر با ۴۸ واحد (۱۶ درس) می‌باشد.

جدول ۲. ساختار کلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA)

تعداد واحدهای اصلی	۳۰
تعداد واحدهای اصلی-اختیاری	۶
تعداد واحدهای اختیاری/تخصصی	۱۲
تعداد واحدهای تخصصی-اصلی	۶
تعداد واحدهای تخصصی-اختیاری	۶
جمع کل واحدها	۴۸



جدول ۲ چگونگی تقسیم‌بندی این واحدهای درسی را نمایش می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، هر دانشجو ملزم به اخذ ۳۰ واحد (۱۰ درس) "اصلی" ارائه شده در جدول ۴ و ۶ واحد (۲ درس) "اصلی-اختیاری" ارائه شده در جدول ۵ می‌باشد. مابقی ۱۲ واحد (۴ درس) که در گرایش عمومی، "اختیاری" و در سایر گرایش‌ها "تخصصی" نامیده می‌شوند به شکل زیر اخذ می‌گردند:

- گرایش عمومی: ۱۲ واحد (۴ درس) اختیاری که در تبصره ۱ مشخص شده‌اند (تبصره ۳ نیز ملاحظه شود).
- گرایش‌های تخصصی: ۱۲ واحد (۴ درس) تخصصی که ۶ واحد (۲ درس) آن "تخصصی-اصلی" و مابقی دروس "تخصصی-اختیاری" هستند که جداول مربوط به آن‌ها در زیربخش مرتبط با هر گرایش به صورت مجزا آورده شده است (تبصره ۲ و ۳ نیز مشاهده شود).

اگر دانشجویی قبلاً از بین دروس اصلی درسی را گذرانده باشد، گروه آموزشی می‌تواند به او اجازه اخذ یک درس پیشرفته‌تر را به عنوان جایگزین درس اصلی بدهد. ضمناً در صورت صلاحدید گروه آموزشی، دانشجو می‌تواند درسی که پیش‌نیاز دارد را بدون گذراندن پیش‌نیاز آن اخذ کند.

تبصره ۱.۱۲ واحد (۴ درس) اختیاری گرایش عمومی می‌تواند از سایر دروس اصلی-اختیاری و یا دروس گرایش‌های تخصصی پس از تایید گروه آموزشی اخذ شود. همچنین دانشجو می‌تواند با تایید گروه، ۳ واحد از این ۱۲ واحد (یکی از ۴ درس) را از سایر دوره‌های مصوب تحصیلات تکمیلی با رعایت قوانین آموزشی اخذ کند.

تبصره ۲. در گرایش‌های تخصصی، در صورت تایید گروه آموزشی، ۳ واحد (۱ درس) از ۶ واحد (۲ درس) تخصصی-اختیاری می‌تواند از دروس سایر گرایش‌های تخصصی، یا از دروس اصلی-اختیاری و یا از دروس سایر دوره‌های مصوب تحصیلات تکمیلی، با رعایت قوانین آموزشی اخذ شود.

تبصره ۳. در صورت تایید گروه آموزشی، دانشجویان تمامی گرایش‌ها می‌توانند پایان‌نامه ۶ واحدی را اخذ کنند. در این صورت در گرایش‌های تخصصی (دسته اول و دوم) ۶ واحد (۲ درس) تخصصی-اختیاری دانشجو حذف می‌شود. در گرایش عمومی نیز ۶ واحد (۲ درس) از دروس اختیاری کاسته می‌شود و ۶ واحد (۲ درس) باقیمانده اختیاری با نظر استاد راهنما در راستای موضوع پایان‌نامه باید اخذ شود. همچنین در صورت اخذ پایان‌نامه، اخذ درس "پروژه پایانی"^{۱۸} که در جدول دروس اصلی-اختیاری آمده است، امکان‌پذیر نخواهد بود. هدف از این درس حل یک مساله واقعی سازمانی و مدیریتی است و تفاوت آن با پایان‌نامه، عملیاتی و اجرایی بودن آن می‌باشد در حالی که درس پایان‌نامه به نوعی فعالیت علمی-پژوهشی است.

۲-۲- گرایش‌ها

فهرست گرایش‌های دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) به تفکیک نوع آن‌ها یعنی "عمومی" و "تخصصی" که خود شامل دو دسته است، در جدول ۳ آورده شده است.



جدول ۳. لیست گرایش‌های کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA)

نام گرایش (انگلیسی)	نام گرایش (فارسی)	نوع گرایش	کد گرایش
General	عمومی	عمومی	۱۱
Strategy	استراتژی	تخصصی-دسته اول به ترتیب حروف الفبا	۱۲
Marketing	بازاریابی		۱۳
Services	خدمات		۱۴
Organizational Behavior and Human Resources	رفتار سازمانی و منابع انسانی		۱۵
Project-oriented Organizations	سازمان‌های پروژه‌محور		۱۶
Information Systems and Technology	سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات		۱۷
Operations and Supply Chain	عملیات و زنجیره تامین		۱۸
Technology	فناوری		۱۹
Entrepreneurship	کارآفرینی		۲۰
International Business	کسب و کار بین‌المللی		۲۱
Finance	مالی		۲۲
Innovation and Product/Service Development	نوآوری و توسعه محصول و خدمت		۲۳
Agribusiness	کشاورزی تجاری (گرایش مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی)		تخصصی-دسته دوم به ترتیب حروف الفبا
Agricultural Finance	مالیه کشاورزی (گرایش مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی)	۴۲	

گرایش عمومی یکی از رایج‌ترین گرایش‌های این دوره است که در تمامی دانشگاه‌های صاحب‌نام برگزارکننده دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار ارائه می‌شود. گرایش‌های تخصصی شامل دو دسته اول و دوم هستند. گرایش‌های تخصصی دسته اول بر یک وظیفه، یک فرآیند یا یک حیطه دانشی خاص مدیریت کسب و کار متمرکز هستند. گرایش‌های تخصصی دسته اول این طرح (جدول ۳) از میان مهم‌ترین گرایش‌های ارائه‌شده توسط اکثر دانشگاه‌های برتر دنیا انتخاب شده‌اند. گرایش‌های تخصصی دسته دوم به مدیریت نوع مشخصی از کسب و کار می‌پردازند. این دسته از گرایش‌ها در گستره‌ای بسیار وسیع به فراخور نیازهای جامعه می‌توانند تعریف شوند. در این طرح، دسته دوم گرایش‌های تخصصی فقط شامل گرایش‌های مربوط به حوزه کسب و کار "کشاورزی و صنایع غذایی" است که تا زمان تصویب این طرح، درخواست ایجاد آن به‌طور رسمی به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری منعکس شده بود.



لازم به ذکر است، می‌توان در طول زمان به گرایش‌های تخصصی، به‌ویژه دسته دوم (بر اساس حوزه‌های کسب‌وکار مورد نیاز کشور، مانند نفت و گاز، هوانوردی، هوافضا، ورزش، سلامت، گردشگری، رسانه، و املاک و مستغلات) افزود. برای این کار کافی است موسسه متقاضی بر اساس تبصره ۴ که در ادامه آمده است، عمل کند.

تبصره ۴. برای ایجاد و تصویب یک گرایش تخصصی جدید، موسسه متقاضی می‌باید مطالعه تطبیقی و شرح ضرورت ایجاد گرایش را به‌همراه دو درس تخصصی اصلی و حداقل چهار درس تخصصی-اختیاری با سرفصل کامل دروس به کمیته مهندسی و مدیریت ارائه دهد تا مراحل بررسی و تصویب آن طی شود.

تبصره ۵. پیرو تبصره ۴، در مورد هر گرایش تخصصی دسته دوم، به‌دنبال نام دوره "کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA)" نام حوزه کسب‌وکار مرتبط با آن گرایش همراه با حرف اضافه "در" به پایان نام دوره افزوده می‌شود. در صورت وجود تنها یک گرایش برای آن حوزه کسب‌وکار، نام گرایش به‌دنبال نام دوره دیگر نمی‌آید. بنابراین برای نمونه، نام دوره مربوط به دو گرایش تخصصی دسته دوم (جدول ۳) که هر دو در حوزه "کشاورزی و صنایع غذایی" هستند، "کارشناسی ارشد مدیریت کسب‌وکار (MBA) در کشاورزی و صنایع غذایی" با دو گرایش "کشاورزی تجاری" و "مالیه کشاورزی" خواهد بود.

تبصره ۶. برای گرایش‌های تخصصی دسته دوم، نام و سرفصل دروس اصلی در جدول ۴ می‌توانند در صورت آسیب ندیدن هدف درس، متناسب با حوزه کسب‌وکار مرتبط به آن گرایش‌ها تغییر کنند. همچنین، می‌توان دروس متناسب جدیدی را به دروس اصلی-اختیاری (جدول ۵) افزود.

تبصره ۷. برای گرایش‌های تخصصی دسته دوم، یک کد رشته مجزا متناسب با حوزه کسب‌وکار مرتبط با آن‌ها صادر می‌شود. بدین ترتیب، این گرایش‌ها می‌توانند در زمره‌ی رشته‌های دیگر مرتبط به حوزه کسب‌وکار آن‌ها در دفترچه انتخاب رشته آزمون ورودی کارشناسی ارشد قرار گیرند.



۳-۲- دروس اصلی

جدول ۴. دروس اصلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA)

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۰۰۱	اخلاق و احکام کسب و کار	Business Ethics and Rules	-	۳	
۱۰۰۲	اصول اقتصاد	Principles of Economics	-	۳	
۱۰۰۳	حسابداری برای مدیران	Accounting for Managers	-	۳	
۱۰۰۴	مدیریت استراتژیک	Strategic Management	-	۳	
۱۰۰۵	مدیریت بازاریابی	Marketing Management	-	۳	
۱۰۰۶	مدیریت رفتار سازمانی	Organizational Behavior	-	۳	
۱۰۰۷	مدیریت عملیات	Operations Management	-	۳	
۱۰۰۸	مدیریت مالی	Financial Management	۱۰۰۳	۳	
۱۰۰۹	مدیریت منابع انسانی	Human Resource Management	۱۰۰۶	۳	
۱۰۱۰	نظریه‌های سازمان و مدیریت	Organization and Management Theories	-	۳	





۴-۲- دروس اصلی-اختیاری

جدول ۵. دروس اصلی-اختیاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA)

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۰۱۱	احتمال و آمار در مدیریت	Probability and Statistics in Management	-	۳	
۱۰۱۲	اخلاق و ارزش‌های اسلامی برای مدیران	Islamic Ethics and Values for Managers	-	۳	
۱۰۱۳	ارتباطات مدیریت	Management Communications	-	۳	
۱۰۱۴	اصول تنظیم قراردادها و مذاکرات تجاری	Principles of Contracts and Commercial Negotiations	-	۳	
۱۰۱۵	اصول کارآفرینی	Principles of Entrepreneurship	-	۳	
۱۰۱۶	اقتصاد از منظر اسلام	Economics from Islamic Perspective	-	۳	
۱۰۱۷	اقتصاد کلان	Macro Economics	-	۳	
۱۰۱۸	اقتصاد مقاومتی	Resistive Economics	-	۳	
۱۰۱۹	پروژه پایانی	Capstone Project	-	۳	
۱۰۲۰	پویایی کسب و کار	Business Dynamics	-	۳	
۱۰۲۱	تحقیق در عملیات	Operations Research	-	۳	
۱۰۲۲	تصمیم‌گیری برای مدیران	Decision Making for Managers	-	۳	
۱۰۲۳	توسعه پایدار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی	Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	-	۳	
۱۰۲۴	توسعه و پیشرفت اسلامی	Islamic Development and Progress	-	۳	
۱۰۲۵	حاکمیت شرکتی	Corporate Governance	-	۳	
۱۰۲۶	حقوق کسب و کار	Business Law	-	۳	
۱۰۲۷	رهبری در سازمان	Leadership in Organizations	-	۳	
۱۰۲۸	رهبری و مدیریت تغییر با رویکرد اسلامی	Leadership and Change Management: An Islamic Approach	-	۳	
۱۰۲۹	روش‌های تحقیق کسب و کار	Business Research Methods	-	۳	
۱۰۳۰	روش‌های حل مساله	Problem Solving Methods	-	۳	
۱۰۳۱	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت	Management Information Systems	-	۳	
۱۰۳۲	فضای کسب و کار در ایران	Business Environment in Iran	-	۳	
۱۰۳۳	مدیریت از منظر اسلام	Management from Islamic Perspective	-	۳	
۱۰۳۴	مدیریت پروژه	Project Management	-	۳	
۱۰۳۵	مدیریت تغییر	Change Management	-	۳	
۱۰۳۶	مدیریت دانش	Knowledge Management	-	۳	
۱۰۳۷	مدیریت ریسک	Risk Management	-	۳	
۱۰۳۸	مدیریت فناوری و نوآوری	Technology and Innovation Management	-	۳	
۱۰۳۹	مدیریت کیفیت	Quality Management	-	۳	
۱۰۴۰	مشاوره	Consulting	-	۳	
۱۰۴۱	مباحث منتخب	Selected Topics	-	۳	

۲-۵- نحوه پذیرش

شرایط پذیرش در دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار به شرح زیر است:

- تحصیلات کارشناسی داوطلبان: تمامی رشته‌ها،
- نحوه پذیرش: از طریق دو مرحله علمی (آزمون سراسری و یا شرایط ویژه ادامه تحصیل دانشجویان استعداد‌های درخشان) و مرحله مصاحبه (توسط گروه آموزشی برگزارکننده دوره)،
- سابقه کار متناسب داوطلبان از طریق آزمون سراسری: حداقل سه سال،
- سابقه کار متناسب داوطلبان از طریق شرایط استعداد‌های درخشان: به اختیار گروه آموزشی برگزارکننده دوره.

۲-۶- دروس امتحانی آزمون سراسری

دروس امتحانی آزمون سراسری با ضرایب یکسان به شرح زیر است:

- زبان تخصصی مدیریت،
 - استعداد و آمادگی تحصیلی ویژه رشته مدیریت،
 - ریاضیات عمومی ۱ و ۲،
 - مبانی سازمان و مدیریت.
- جذب دانشجویان در کنکور می‌تواند به تفکیک گرایش انجام شود و یا پس از پذیرش، امکان انتخاب گرایش فراهم شود. در حالت دوم، موسسه برگزارکننده باید گرایش عمومی را برای دانشجویانی که تمایل به انتخاب گرایش‌های تخصصی ارائه شده ندارند، ارائه دهد. ضمناً در این حالت، موسسه می‌بایست از هرگونه الزام دانشجویان برای ورود به یک گرایش تخصصی پرهیز کند. همچنین در این حالت تعیین ظرفیت و شرایط ورود به هر گرایش تخصصی تابع قوانین داخلی موسسه برگزارکننده دوره خواهد بود.

۲-۷- شرایط محل برگزاری

محل برگزاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار (MBA) می‌تواند هر یک از دانشکده‌های واجد شرایط تمامی دانشگاه‌ها اعم از جامع، فنی-مهندسی، علوم انسانی و سایر دانشگاه‌ها باشد.



۳- گرایش‌ها



۱-۳- گرایش عمومی

گرایش عمومی یکی از رایج‌ترین گرایش‌های دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار است. این گرایش توسط تمامی دانشگاه‌های صاحب‌نام در برگزاری این دوره ارائه می‌شود. هدف گرایش عمومی افزایش توانمندی‌های دانشجویان در گستره وسیعی از موضوع‌های مربوط به کسب و کار است. درس‌های متنوعی در این گرایش ارائه می‌شوند. بنابراین دانش‌آموختگان این گرایش می‌توانند به فراخور علاقه خویش در مشاوره یا مدیریت بخش‌های مختلف سازمان‌ها اعم از تولیدی و یا خدماتی مهارت‌های لازم را کسب کنند. آنان همچنین می‌توانند مهارت‌های کارآفرینی و ایجاد تحول در سازمان یا بخشی از آن را بیاموزند. علاوه بر آن، در این گرایش امکان تعمیق دانسته‌های دانشجویان در زمینه مورد علاقه ایشان وجود دارد. زیرا دانشجویانی که به موضوع‌های مشخصی علاقه دارند می‌توانند آزادانه دروس مربوط به آن‌ها را برگزینند. در نهایت، گرایش عمومی کاستی‌های مربوط به حضور استادان خاص هر گرایش را جبران می‌کند. دانشگاه‌هایی که به استادان دروس گرایش‌های تخصصی دسترسی ندارند می‌توانند گرایش عمومی را با ارائه ترکیبی از دروس گرایش‌های مختلف ایجاد کنند.

بر اساس تبصره ۱ و ۳ در بخش دوم، ۱۲ واحد (۴ درس) اختیاری گرایش عمومی می‌تواند از سایر دروس اصلی-اختیاری و یا دروس گرایش‌های تخصصی در صورت تایید گروه آموزشی اخذ شود. همچنین دانشجویان می‌توانند پایان‌نامه ۶ واحدی را اخذ کنند. در این صورت، ۶ واحد (۲ درس) از دروس اختیاری کاسته می‌شود و ۶ واحد (۲ درس) باقیمانده اختیاری با نظر استاد راهنما و در راستای موضوع پایان‌نامه باید اخذ شود.



گرایش‌های تخصصی دسته اول



۲-۳- گرایش استراتژی

هدف دانش مدیریت استراتژیک کسب و کار، تبیین علل عملکرد برتر و موفقیت پایدار سازمان‌ها و راه دستیابی به آن‌ها است. دانشجویان این گرایش می‌آموزند که چگونه برخی از سازمان‌ها به مزیت رقابتی پایدار و عملکرد برتر دست می‌یابند. همچنین، دانشجویان روش به‌کارگیری آموزه‌های مدیریت استراتژیک برای سازمان خود را می‌آموزند. آگاهی از نظریه‌های پیشرفته مدیریت استراتژیک و تسلط بر ابزارهای متنوع این حوزه از اهداف این گرایش است. آشنایی با مفاهیم بنیادین مدیریت استراتژیک (مانند ارزش، مأموریت و چشم‌انداز)، انواع روش‌های تحلیل و برنامه‌ریزی استراتژیک، فرآیند و فنون تفکر استراتژیک، مدیریت تحولات اساسی، جاری‌سازی استراتژی‌ها، بودجه‌بندی و کنترل، تصمیم‌گیری استراتژیک در شرایط عدم اطمینان، مدیریت استراتژیک در سازمان‌های چند کسب و کاره و هولدینگ، و مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی موضوع‌هایی هستند که در دروس طراحی شده برای این گرایش گنجانده شده‌اند.

جدول ۶. دروس تخصصی اصلی گرایش استراتژی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۲۰۱	پیاده‌سازی استراتژی	Strategy Implementation	۱۰۰۴	۳	
۱۲۰۲	مدیریت استراتژیک پیشرفته	Advanced Strategic Management	۱۰۰۴	۳	



جدول ۷. دروس تخصصی - اختیاری گرایش استراتژی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۲۰۳	تفکر استراتژیک و استراتژی در عمل	Strategic Thinking and Strategy in Practice	۱۰۰۴	۳	
۱۲۰۴	کنترل، بودجه‌بندی و مدیریت عملکرد	Control, Budgeting and Performance Management	-	۳	
۱۲۰۵	مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی	Strategic Management in Public and Nonprofit Organizations	۱۰۰۴	۳	
۱۲۰۶	مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر و هلدینگ	Strategic Management in Parent and Holding Companies	۱۰۰۴	۳	
۱۲۰۷	مدیریت رشد	Growth Management	-	۳	
۱۲۰۸	مباحث منتخب در استراتژی	Selected Topics in Strategy	-	۳	
۱۰۳۵	مدیریت تغییر	Change Management	-	۳	
۱۰۴۰	مشاوره	Consulting	-	۳	
۱۳۰۱	استراتژی بازاریابی	Marketing Strategy	۱۰۰۵	۳	
۱۵۰۷	مدیریت استراتژیک منابع انسانی	Strategic Human Resource Management	۱۰۰۹	۳	
۱۸۰۱	استراتژی عملیات	Operations Strategy	۱۰۰۷	۳	
۱۸۰۷	مدیریت استراتژیک زنجیره تامین	Strategic Supply Chain Management	۱۸۰۲	۳	
۱۹۰۲	مدیریت استراتژیک فناوری	Strategic Technology Management	۱۰۳۸	۳	
۱۹۰۴	آینده‌پژوهی	Future Studies	-	۳	
۱۹۰۷	مدیریت اتحادهای استراتژیک	Management of Strategic Alliances	-	۳	





۳-۳- گرایش بازاریابی

در این گرایش، دانشجویان توانایی شناخت مشخصات و پیچیدگی‌های رفتار مشتریان و بازار را کسب می‌کنند. آنان می‌توانند علاوه بر تعریف و تخمین اندازه یک بازار مفروض، میزان سودآوری آن را نیز به‌میزان مناسب برآورد کنند. بازاریابی نوعی نگاه، رویکرد و فرآیند است که به‌وسیله آن از طریق ارزیابی کالا و خدمات، علاوه بر کسب سود به تامین نیازهای مشتریان پرداخته می‌شود به شیوه‌ای که تامین منفعت یک گروه الزاما به قیمت زیان گروه دیگری از ذی‌نفعان نباشد. در بازاریابی، بخش‌هایی از بازار به‌عنوان مناسب‌ترین هدف شناسایی می‌شوند که سازمان توانایی ارزیابی کالا و یا خدمات را به آن‌ها داشته باشد. در این گرایش به موضوع‌هایی مانند مدیریت برند، بازاریابی خدمات، ارتباطات بازاریابی، بازاریابی بین‌الملل، بازاریابی بین‌بنگامی، رفتار مصرف‌کننده و قیمت‌گذاری پرداخته می‌شود.

جدول ۸. دروس تخصصی- اصلی گرایش بازاریابی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۳۰۱	استراتژی بازاریابی	Marketing Strategy	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۲	تحقیقات بازاریابی	Marketing Research	۱۰۰۵	۳	

جدول ۹. دروس تخصصی- اختیاری گرایش بازاریابی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۳۰۳	ارتباطات بازاریابی	Marketing Communications	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۴	بازاریابی بین‌الملل	International Marketing	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۵	بازاریابی بین‌بنگامی	Business-to-Business Marketing	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۶	تبلیغات	Advertising	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۷	رفتار مصرف‌کننده	Consumer Behavior	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۸	فروش	Sales	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۹	قیمت‌گذاری	Pricing	۱۰۰۵	۳	
۱۳۱۰	کانال‌ها بازاریابی	Marketing Channels	۱۰۰۵	۳	
۱۳۱۱	مدیریت برند	Brand Management	۱۰۰۵	۳	
۱۳۱۲	مباحث منتخب در بازاریابی	Selected Topics in Marketing	-	۳	
۱۴۰۱	بازاریابی خدمات	Services Marketing	۱۰۰۵	۳	
۱۷۰۱	تجارت الکترونیک	Electronic Commerce	۱۰۳۱	۳	
۱۷۰۸	مدیریت ارتباط با مشتریان	Customer Relationship Management	-	۳	
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	

۴-۳- گرایش خدمات

خدمات در دنیای امروز به عنوان بخش غالب در اقتصاد و مراودات تجاری محسوب می شود. متناسب با میزان پیشرفته بودن اقتصاد یک کشور، سطح پیشرفتگی و سهم صنایع خدماتی در اقتصاد افزایش می یابد. در ایران نیز، انواع صنایع خدماتی نقشی عمده در اقتصاد ایفا می کنند. در این گرایش دانشجویان با انواع صنایع خدماتی، انواع خدمت و مفاهیمی مانند توسعه خدمت، سیستم های خدمات و مدیریت خدمات آشنا می شوند. در این گرایش به موضوع هایی همچون بازاریابی خدمات، مدیریت درآمد، مدیریت استراتژیک خدمات، مدیریت ظرفیت واحدهای خدماتی پرداخته می شود.

جدول ۱۰. دروس تخصصی-اصلی گرایش خدمات

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۴۰۱	بازاریابی خدمات	Services Marketing	۱۰۰۵	۳	
۱۴۰۲	مدیریت خدمات	Services Management	-	۳	

جدول ۱۱. دروس تخصصی-اختیاری گرایش خدمات

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۴۰۳	صنعت خدمات	Service Industry	-	۳	
۱۴۰۴	مدیریت خدمات استراتژیک	Strategic Services Management	۱۰۰۴	۳	
۱۴۰۵	مدیریت منابع انسانی در سازمان های خدمات	Human Resource Management in Service Organizations	۱۰۰۹	۳	
۱۴۰۶	مدیریت درآمد	Revenue Management	-	۳	
۱۴۰۷	مباحث منتخب در خدمات	Selected Topics in Services	-	۳	
۱۰۴۰	مشاوره	Consulting	-	۳	
۱۷۰۱	تجارت الکترونیک	Electronic Commerce	۱۰۳۱	۳	
۲۱۰۱	اصول کسب و کار بین المللی	Principles of International Business	-	۳	
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	



۳-۵- گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی

منابع انسانی هر سازمان عامل حیات آن سازمان است. از این رو شناخت انسان و رفتارهای او برای مدیریت اثربخش آن ضروری است. گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی بر استفاده موثر از نیروی انسانی در جهت اهداف سازمان تمرکز دارد. این گرایش برای بالابردن قابلیت‌های سازمانی و انطباق با شرایط محیطی تأکیدی ویژه بر ابعاد انسانی در سطوح فردی، گروهی و سازمانی دارد. دانشجویان این گرایش می‌توانند به بهبود کارایی سازمان و دستیابی به اهداف انسانی سازمان و جامعه کمک کنند. این هدف با ایجاد روابط برتر حاصل می‌شود و نتیجه آن ایجاد ارزش برای ذی‌نفعان سازمان است. این حوزه می‌تواند در ایجاد شرایط پایدار برای تعامل متقابل فرد و سازمان به گونه‌ای کمک کند که بستر بهبود عملکرد هر دو را تأمین کند. در این گرایش به موضوع‌هایی مانند علوم رفتاری، روانشناسی، سازمان‌های یادگیرنده، استعدادیابی و جذب، آموزش، حقوق و دستمزد، روابط سازمانی، مدیریت استعدادها و نیروهای دانشی، تقویت کار تیمی، استراتژی منابع انسانی، مدل‌های مختلف رفتار سازمانی، بهبود سازمانی، توسعه شغلی و فرهنگ در سازمان پرداخته می‌شود.

جدول ۱۲. دروس تخصصی اصلی گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۵۰۱	مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته	Advanced Organizational Behavior	۱۰۰۶	۳	
۱۵۰۲	مدیریت منابع انسانی پیشرفته	Advanced Human Resource Management	۱۰۰۹	۳	



جدول ۱۳. دروس تخصصی - اختیاری گرایش رفتار سازمانی و منابع انسانی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۵۰۳	توسعه سازمانی	Organizational Development	-	۳	
۱۵۰۴	دانش و مهارت‌های کار تیمی	Teamwork Knowledge and Skills	-	۳	
۱۵۰۵	سیستم‌های جبران خدمت	Compensation Systems	۱۰۰۹	۳	
۱۵۰۶	قدرت و سیاست در سازمان‌ها	Power and Politics in Organizations	-	۳	
۱۵۰۷	مدیریت استراتژیک منابع انسانی	Strategic Human Resource Management	۱۰۰۹	۳	
۱۵۰۸	مدیریت بین‌فرهنگی	Cross-Cultural Management	-	۳	
۱۵۰۹	مباحث منتخب در رفتار سازمانی و منابع انسانی	Selected Topics in Organizational Behaviour and Human Resources	-	۳	
۱۰۲۵	حاکمیت شرکتی	Corporate Governance	-	۳	
۱۰۲۷	رهبری در سازمان	Leadership in Organizations	-	۳	
۱۰۳۵	مدیریت تغییر	Change Management	-	۳	
۲۰۰۴	سازمان‌های یادگیرنده	Learning Organizations	-	۳	



۳-۶- گرایش سازمان‌های پروژه محور

در این گرایش دانشجویان با مفاهیم مدیریت پروژه و سازمان‌های پروژه محور آشنا می‌شوند. پروژه تلاشی موقت است که به منظور تولید محصول، خدمت و یا نتیجه‌ای منحصر به فرد انجام می‌شود. مدیریت پروژه فرآیندی در جهت حفظ مسیر پروژه برای دستیابی به یک موازنه اقتصادی موجه بین سه عامل هزینه، زمان و کیفیت است. دانشجویان با یادگیری ابزارها و روش‌های مناسب می‌توانند طرح‌ها و پروژه‌ها را با کمترین هزینه، کوتاهترین زمان و بهترین کیفیت ممکن اجرا کنند. در این گرایش به موضوع‌هایی همچون امکان‌سنجی، برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل پروژه‌ها، تدارک و تامین مالی پروژه، مدیریت سازمان‌های پروژه محور، مدیریت ریسک پروژه، مدیریت کیفیت پروژه، مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه محور، حل مناقشات و مذاکرات، و انواع کسب و کارهای پروژه‌ای پرداخته می‌شود.

جدول ۱۴. دروس تخصصی اصلی گرایش سازمان‌های پروژه محور

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۶۰۱	تدارکات و تامین مالی پروژه	Project Procurement and Finance	۱۰۳۴	۳	
۱۶۰۲	مدیریت پروژه پیشرفته	Advanced Project Management	۱۰۳۴	۳	



جدول ۱۵. دروس تخصصی اختیاری گرایش سازمان‌های پروژه‌محور

تعداد واحد		پیش‌نیاز	نام درس (انگلیسی)	نام درس (فارسی)	
عملی	نظری				
	۳	۱۰۰۵ ۱۰۳۴	Effective Communication, Negotiation and Conflict Management in Project Management	ارتباط موثر، مذاکره و مدیریت تعارض در مدیریت پروژه	۱۶۰۳
	۳	۱۰۳۴	Project Feasibility Study and Evaluation	امکان‌سنجی و ارزیابی پروژه	۱۶۰۴
	۳	۱۰۳۴	Behavioral Issues and Leadership in Project Management	مباحث رفتاری و رهبری در مدیریت پروژه	۱۶۰۵
	۳	۱۰۳۴	Strategic Project Management	مدیریت استراتژیک پروژه	۱۶۰۶
	۳	۱۰۳۴	Project Management in Research and Development	مدیریت پروژه در تحقیق و توسعه	۱۶۰۷
	۳	۱۰۳۴	Project Management in Counstruction	مدیریت پروژه در ساخت‌وساز	۱۶۰۸
	۳	۱۰۳۴	Project Management in Information and Communications Technology	مدیریت پروژه در فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۶۰۹
	۳	۱۰۳۴	Project Management in Oil, Gas and Petroleum	مدیریت پروژه در نفت، گاز و پتروشیمی	۱۶۱۰
	۳	۱۰۳۴	Project Risk Management	مدیریت ریسک پروژه	۱۶۱۱
	۳	۱۰۳۴	Management of Programs and Project Portfolios	مدیریت طرح و سبد پروژه	۱۶۱۲
	۳	۱۰۳۴	Human Resource Management in Project-oriented Organizations	مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه‌محور	۱۶۱۳
	۳	-	Conflicts and Dispute Management	مدیریت مناقشات و دعاوی	۱۶۱۴
	۳	-	Value Management and Engineering	مدیریت و مهندسی ارزش	۱۶۱۵
	۳	-	Selected Topics in Project-oriented Organizations	مباحث منتخب در سازمان‌های پروژه‌محور	۱۶۱۶



۷-۳- گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات

در این گرایش دانشجویان با مفاهیم اصلی سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات آشنا می‌شوند. یک سیستم اطلاعاتی تعامل بین کاربران، فرآیندهای کسب و کار، داده و فناوری است. فناوری اطلاعات نیز به مطالعه، طراحی، توسعه، پیاده‌سازی، پشتیبانی و مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی با به‌کارگیری فناوری اطلاعات می‌پردازد. در عصر کنونی اهمیت سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات در دنیای کسب و کار روز به روز برجسته‌تر می‌شود. کسب مزیت رقابتی و عملکرد برتر در محیط رقابتی و پویای کسب و کار دنیای امروز مستلزم کسب توانمندی و تسلط بر سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات است. در این گرایش موضوع‌هایی مانند تولید اطلاعات با سرعت بالا و کیفیت مناسب، ارزش‌افزایی مدیریتی از اطلاعات و کاربرد آن در سطوح مختلف مدیریتی، پیاده‌سازی پروژه‌های فناوری اطلاعات در بخش‌های مختلف، و مدل‌های کسب و کار نوین مبتنی بر پایه فناوری اطلاعات بررسی می‌شوند.

جدول ۱۶. دروس تخصصی اصلی گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۷۰۱	تجارت الکترونیک	Electronic Commerce	۱۰۳۱	۳	
۱۷۰۲	مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	Information and Communications Technology Management	۱۰۳۱	۳	



جدول ۱۷. دروس تخصصی - اختیاری گرایش سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۷۰۳	برنامه‌های جامع فناوری اطلاعات	Information Technology Master Plans	۱۷۰۲	۳	
۱۷۰۴	تحلیل و طراحی سیستم‌های اطلاعاتی	Analysis and Design of Information Systems	۱۰۳۱	۳	
۱۷۰۵	سیستم‌های اطلاعاتی استراتژیک	Strategic Information Systems	-	۳	
۱۷۰۶	سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری	Decision Support Systems	-	۳	
۱۷۰۷	سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی	Expert Systems and Artificial Intelligence	-	۳	
۱۷۰۸	مدیریت ارتباط با مشتریان	Customer Relationship Management	-	۳	
۱۷۰۹	مدیریت فرآیندهای کسب و کار	Business Process Management	-	۳	
۱۷۱۰	هوش کسب و کار	Business Inteligance	-	۳	
۱۷۱۱	مباحث منتخب در سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات	Selected Topics in Information Systems and Technology	-	۳	
۱۰۳۶	مدیریت دانش	Knowledge Management	-	۳	
۲۰۰۴	سازمان‌های یادگیرنده	Learning Organizations	-	۳	



۳-۸- گرایش عملیات و زنجیره تامین

هدف از این گرایش آشنایی دانشجویان با مفاهیم، موضوعات و مسایل مدیریت عملیات و زنجیره تامین است. دست آورد تحلیل، طراحی و برنامه ریزی عملیات و زنجیره تامین، تطابق نیازهای متقاضیان کالا و یا خدمات با منابع، توانمندی‌ها و فرایندهای یک سازمان و یا شبکه‌ای از سازمان‌ها است. به این منظور می‌بایست مجموعه‌ای از مفاهیم، قواعد و روش‌های هم‌خوان را از سطوح کلان و راهبردی تا سطوح خرد و اجرایی به‌کار گرفت. بنابراین در این گرایش درس‌هایی ارائه می‌شود که مقدمات ایجاد چنین قابلیت‌هایی را برای دانشجویان فراهم کند. در این گرایش موضوع‌هایی مانند استراتژی عملیات، مدیریت استراتژیک زنجیره تامین، طراحی و تحلیل سیستم‌های تولیدی، مدیریت موجودی و انبار، لجستیک، مدیریت ریسک و ارتباط با تامین‌کنندگان مطرح می‌شوند.

جدول ۱۸. درس تخصصی اصلی گرایش عملیات و زنجیره تامین

تعداد واحد	پیش‌نیاز	نام درس (انگلیسی)	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	کد درس	نظری	عملی
					۳	۳
	۱۰۰۷	Operations Strategy	استراتژی عملیات	۱۸۰۱	۳	
	-	Supply Chain Management	مدیریت زنجیره تامین	۱۸۰۲	۳	



جدول ۱۹. دروس تخصصی-اختیاری گرایش عملیات و زنجیره تامین

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۸۰۳	طراحی و تحلیل سیستم‌های تولیدی	Design and Analysis of Manufacturing Systems	-	۳	
۱۸۰۴	لجستیک	Logistics	-	۳	
۱۸۰۵	لجستیک بین‌الملل	International Logistics	-	۳	
۱۸۰۶	مدیریت ارتباط با تامین کنندگان	Supplier Relationship Management	-	۳	
۱۸۰۷	مدیریت استراتژیک زنجیره تامین	Strategic Supply Chain Management	۱۸۰۲	۳	
۱۸۰۸	مدیریت تقاضا	Demand Management	-	۳	
۱۸۰۹	مدیریت حمل و نقل	Transportation Management	-	۳	
۱۸۱۰	مدیریت ریسک زنجیره تامین	Supply Chain Risk Management	۱۸۰۲	۳	
۱۸۱۱	مدیریت عملیات پیشرفته	Advanced Operations Management	۱۰۰۷	۳	
۱۸۱۲	مدیریت موجودی و انبار	Inventory and Warehouse Management	-	۳	
۱۸۱۳	مباحث منتخب در عملیات و زنجیره تامین	Selected Topics in Operations and Supply Chain	-	۳	
۱۰۳۴	مدیریت پروژه	Project Management	-	۳	
۱۰۳۸	مدیریت کیفیت	Quality Management	-	۳	
۱۴۰۲	مدیریت خدمات	Services Management	-	۳	
۱۴۰۷	مدیریت درآمد	Revenue Management	-	۳	
۱۷۰۱	تجارت الکترونیک	Electronic Commerce	۱۰۳۱	۳	
۱۷۰۸	مدیریت ارتباط با مشتریان	Customer Relationship Management	-	۳	
۱۷۰۹	مدیریت فرآیندهای کسب و کار	Business Process Management	-	۳	
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	



۳-۹- گرایش فناوری

این گرایش به مفاهیم، روش‌ها و نظریه‌های موجود در زمینه مدیریت فناوری به‌عنوان یکی از عوامل اساسی خلق ثروت می‌پردازد. در این گرایش به سیستم‌های مدیریتی که به ایجاد، کسب و استفاده از فناوری کمک می‌کنند، پرداخته می‌شود. همچنین وظایف اصلی مدیریت فناوری در سطح بنگاه و دانش مورد نیاز در سطح فرابنگاه بحث می‌شود. در سطح بنگاه مواردی چون شناسایی و ارزیابی فناوری، برنامه‌ریزی فناوری، اکتساب فناوری (شامل توسعه درون‌زا، انتقال دانش و فناوری، و همکاری‌های مشترک در زمینه توسعه فناوری)، بهره‌برداری و محافظت از فناوری در زمره موضوع‌های اصلی قرار می‌گیرند. در سطح فرابنگاه نیز به مواردی مانند سیاست‌گذاری علم و فناوری، تحولات فناورانه و نظام ملی نوآوری پرداخته می‌شود.

جدول ۲۰. دروس تخصصی-اصلی گرایش فناوری

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۹۰۱	انتقال فناوری	Technology Transfer	۱۰۳۸	۳	
۱۹۰۲	مدیریت استراتژیک فناوری	Strategic Technology Management	۱۰۳۸	۳	

جدول ۲۱. دروس تخصصی-اختیاری گرایش فناوری

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۱۹۰۳	ارزیابی و پیش‌بینی فناوری	Technology Evaluation and Forecasting	۱۰۳۸	۳	
۱۹۰۴	آینده‌پژوهی	Future Studies	-	۳	
۱۹۰۵	توسعه صنعتی و فناورانه	Industrial and Technological Development	-	۳	
۱۹۰۶	سیاست‌گذاری علم و فناوری	Science and Technology Policy	-	۳	
۱۹۰۷	مدیریت اتحادهای استراتژیک	Management of Strategic Alliances	-	۳	
۱۹۰۸	مدیریت تحقیق و توسعه	Management of Research and Development	-	۳	
۱۹۰۹	نظام‌های نوآوری	Innovation Systems	-	۳	
۱۹۱۰	مباحث منتخب در فناوری	Selected Topics in Technology	-	۳	
۱۰۳۵	مدیریت تغییر	Change Management	-	۳	
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	



۳-۱۰- گرایش کارآفرینی

موضوع اصلی این گرایش خلق ارزش افزوده با استفاده از فرصت‌ها، راه‌اندازی کسب و کار جدید و کارآفرینی است. فرد کارآفرین به منظور تحقق ایده‌اش عوامل موردنیاز را فراهم می‌آورد و با استفاده از قدرت تصمیم‌گیری، مهارت‌ها و استعداد‌های فردی و گروهی در طراحی، سازماندهی و اجرا، ایده خود را به صورت یک کسب و کار جدید درمی‌آورد. اهمیت کارآفرینی و تاثیر آن به اندازه‌ای است که کشورهای توسعه‌یافته از آن به عنوان موتور محرکه رشد اقتصادی خود استفاده می‌کنند. در این گرایش به موضوع‌هایی مانند تشخیص فرصت‌های کارآفرینی، شرایط لازم برای کارآفرینی، مطالعات بازاریابی، کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی سازمانی توجه می‌شود.

جدول ۲۲. دروس تخصصی اصلی گرایش کارآفرینی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۳۰۰۱	طرح ریزی و راه‌اندازی کسب و کار جدید	Business Planning and New Venture Creation	-	۳	
۳۰۰۲	نظریه‌های کارآفرینی	Entrepreneurship Theories	۱۰۱۵	۳	



جدول ۲۳. دروس تخصصی اختیاری گرایش کارآفرینی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۰۰۳	تحلیل محیط کسب و کار	Business Environment Analysis	-	۳	
۲۰۰۴	سازمان‌های یادگیرنده	Learning Organizations	-	۳	
۲۰۰۵	کارآفرینی استراتژیک	Strategic Entrepreneurship	۱۰۱۵	۳	
۲۰۰۶	کارآفرینی اجتماعی	Social Entrepreneurship	۱۰۱۵	۳	
۲۰۰۷	کارآفرینی سازمانی	Corporate Entrepreneurship	۱۰۱۵	۳	
۲۰۰۸	مدیریت کسب و کارهای کوچک	Small Business Management	-	۳	
۲۰۰۹	مباحث منتخب در کارآفرینی	Selected Topics in Entrepreneurship	-	۳	
۱۰۳۷	مدیریت فناوری و نوآوری	Innovation and Technology Management	-	۳	
۱۲۰۷	مدیریت رشد	Growth Management	-	۳	
۱۳۰۱	استراتژی بازاریابی	Marketing Strategy	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۲	تحقیقات بازاریابی	Marketing Research	۱۰۰۵	۳	
۱۶۱۵	مدیریت و مهندسی ارزش	Value Management and Engineering	-	۳	
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	



۳-۱۱- گرایش کسب و کار بین المللی

این گرایش به کسب و کارهای بین المللی مرتبط با معاملات کالا و یا خدمات در عرصه بین الملل می پردازد. اینگونه معاملات برای شرکت های خصوصی و دولتی و یا ترکیبی از این دو به علت سود یا منفعت سیاسی حایز اهمیت است. در این گرایش از منظر تجارت بین الملل به موضوع هایی مانند سیستم های حقوقی، سیاست های اقتصادی و سیاسی، استانداردهای حسابداری، استانداردهای کاری، فرهنگ های محلی، فرهنگ سازمانی، بازارهای ارزی، تعرفه ها، مقررات واردات و صادرات، و موافقت نامه های چند جانبه پرداخته می شود.

جدول ۲۴. دروس تخصصی- اصلی گرایش کسب و کار بین المللی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۱۰۱	اصول کسب و کار بین المللی	Principles of International Business	-	۳	
۲۱۰۲	حقوق کسب و کار بین المللی	International Business Law	-	۳	

جدول ۲۵. دروس تخصصی- اختیاری گرایش کسب و کار بین المللی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۱۰۳	مدیریت جهانی	Global Management	-	۳	
۲۱۰۴	مدیریت مذاکرات	Negotiation Management	-	۳	
۲۱۰۵	مباحث منتخب در کسب و کار بین المللی	Selected Topics in International Business	-	۳	
۱۳۰۴	بازاریابی بین الملل	International Marketing	۱۰۰۵	۳	
۱۵۰۸	مدیریت بین فرهنگی	Cross-Cultural Management	-	۳	
۱۷۰۱	تجارت الکترونیک	Electronic Commerce	۱۰۳۱	۳	
۱۸۰۵	لجستیک بین الملل	International Logistics	-	۳	
۲۲۰۸	مالیه بین الملل	International Finance	۱۰۰۸	۳	



۱۲-۳- گرایش مالی

در این گرایش، دانشجویان با نظریه‌های کلاسیک و جدید مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری و کاربرد آن‌ها آشنا می‌شوند. آنان می‌توانند با ارایه راهکارهایی برای توسعه سرمایه‌گذاری، گام‌هایی مؤثر برای رفع مشکلات اقتصادی بنگاه بردارند. گرایش مالی به مدیریت کارآمد و مؤثر وجوه مالی به شیوه‌ای می‌پردازد که باعث تحقق اهداف بنگاه شود. این گرایش شامل چگونگی بودجه‌بندی سرمایه‌ای، تامین مالی و اداره منابع و مصارف کوتاه‌مدت مانند دارایی‌ها و بدهی‌های جاری است. دانش‌آموختگان گرایش مدیریت مالی علاوه بر توانایی تحلیل بازارهای مالی می‌توانند وضعیت مالی سازمان‌ها و صنایع را ارزیابی کنند و در اخذ تصمیمات مالی مؤثر در بنگاه‌ها، ایفای نقش کنند. در این گرایش به موضوع‌هایی مانند قوانین و مقررات مالی، مهندسی مالی و طراحی ابزارها، مدیریت ریسک، ارزش‌یابی اوراق بهادار و بنگاه‌ها، قیمت‌گذاری اختیارات مالی، اقتصادسنجی مالی، نظریه بازار سرمایه، مدیریت مالی بین‌المللی، بانکداری و مالیه اسلامی پرداخته می‌شود.

جدول ۲۶. دروس تخصصی اصلی گرایش مالی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۲۰۱	بازارها و نهادهای مالی	Financial Markets and Institutions	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۲	مدیریت سرمایه‌گذاری	Investment Management	۱۰۰۸	۳	



جدول ۲۷. دروس تخصصی-اختیاری گرایش مالی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۲۰۳	اقتصادسنجی مالی	Financial Econometrics	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۴	بانکداری	Banking	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۵	بیمه	Insurance	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۶	سرمایه‌گذاری و تامین مالی املاک و مستغلات	Real Estate Finance and Investment	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۷	قوانین و مقررات مالی	Financial Terms	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۸	مالیه بین‌الملل	International Finance	۱۰۰۸	۳	
۲۲۰۹	مالیه اسلامی	Islamic Finance	۱۰۰۸	۳	
۲۲۱۰	مالیه رفتاری	Behavioral Finance	۱۰۰۸	۳	
۲۲۱۱	مدیریت مالی در نفت و گاز	Financial Management in Oil and Gas	۱۰۰۸	۳	
۲۲۱۲	مهندسی مالی	Financial Engineering	۱۰۰۸	۳	
۲۲۱۳	مباحث منتخب در مالی	Selected Topics in Finance	-	۳	



۱۳-۳- گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت

این گرایش به دنبال آشنایی دانشجویان با مفهوم نوآوری و فرایندهای توسعه محصول و خدمت است. نوآوری، توسعه و کاربرد ایده جدید به صورت محصول، فرآیند و یا خدمت جدیدی ظاهر می‌شود که منجر به رشد پویای اقتصاد ملی می‌شود. نوآوری پدیده‌ای نیست که فقط یک بار رخ دهد، بلکه فرآیندی مستمر از توسعه ایده نو تا کاربردی شدن آن است. ایده نو اشاره به درک نیاز جدید مشتری و یا روش جدید تولید دارد. ایده‌های نو با جمع‌آوری اطلاعات با دیدگاه کارآفرینانه توسعه می‌یابند. دانشجویان این گرایش با طبقه‌بندی‌های رایج نوآوری و انواع آن، مدیریت توسعه محصول و خدمت، مدیریت روابط با مشتری، طراحی، تدوین و استقرار کسب‌وکار جدید، مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار و رفتار مصرف‌کننده در سطوح مختلف آشنا می‌شوند.

جدول ۲۸. دروس تخصصی اصلی گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۳۰۱	توسعه محصول و خدمت	Product and Service Development	۱۰۳۸	۳	
۲۰۰۱	طرح‌ریزی و راه‌اندازی کسب‌وکار جدید	Business Planning and New Venture Creation	-	۳	



جدول ۲۹. دروس تخصصی-اختیاری گرایش نوآوری و توسعه محصول و خدمت

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۲۳۰۲	مباحث منتخب در نوآوری و توسعه محصول و خدمت	Selected Topics in Innovation and Product/Service Development	-	۳	
۱۳۰۲	تحقیقات بازاریابی	Marketing Research	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۶	رفتار مصرف‌کننده	Consumer Behavior	۱۰۰۵	۳	
۱۳۰۷	قیمت‌گذاری	Pricing	۱۰۰۵	۳	
۱۶۱۵	مدیریت و مهندسی ارزش	Value Management and Engineering	-	۳	
۱۷۰۸	مدیریت ارتباط با مشتری	Customer Relationship Management	-	۳	
۱۷۰۹	مدیریت فرآیندهای کسب‌وکار	Business Process Management	-	۳	
۱۸۰۱	استراتژی عملیات	Operations Strategy	۱۰۰۷	۳	
۱۸۰۲	مدیریت زنجیره تامین	Supply Chain Management	-	۳	
۱۹۰۱	انتقال فناوری	Technology Transfer	۱۰۳۸	۳	
۱۹۰۳	ارزیابی و پیش‌بینی فناوری	Technology Evaluation and Forecasting	۱۰۳۸	۳	
۲۰۰۴	سازمان‌های یادگیرنده	Learning Organizations	-	۳	



گرایش‌های تخصصی دسته دوم



۳-۱۴ دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی

بهبود قابلیت‌های افراد عاملی عمده و موثر بر توسعه حرفه شغلی ایشان دارد. قابلیت فراتر از داشتن مهارت و دانش است و شامل هر چیزی است که توان افراد را در عمل افزایش دهد. لذا فرد قابل علاوه بر برخورداری از مهارت و دانش، متخصصی عمل‌گرا با انگیزه و اعتماد به نفس بالاست. دانش‌آموختگان رشته کشاورزی با وجود برخورداری از دانش و مهارت قابل توجه، نیازمند افزایش قابلیت خود برای ورود به کسب و کار کشاورزی صنایع کشاورزی می‌باشند. دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی با چنین هدفی تدوین شده است. بدین ترتیب قابلیت دانش‌آموختگان و میزان موفقیت ایشان در حرفه‌های مربوط به کشاورزی افزایش می‌یابد و دستیابی آن‌ها به رده‌های بالای مدیریتی تسهیل می‌شود.

یکی از اهداف این دوره متوجه کردن فعالان بخش کشاورزی در تخصص‌های گوناگون به نیازهای بازار است. علاوه بر این، زمینه‌ای برای ورود دانش‌آموختگان این دوره به مدیریت علمی در حوزه‌های مختلف مانند مدیریت بازاریابی، مدیریت مالی، تولید و تجارت در حوزه کسب و کار کشاورزی و صنایع غذایی فراهم می‌شود.

ساختار کلی دوره مطابق با جدول ۲ در بخش ۲-۱ می‌باشد. در ادامه دروس اصلی، اصلی-اختیاری و دروس تخصصی گرایش‌ها که مطابق تبصره ۶ بخش ۲-۲ ارائه شده‌اند، آورده می‌شوند (ضمناً تبصره‌های ۵ و ۷ نیز ملاحظه شوند).



۳-۱۴-۱-دروس اصلی

جدول ۳۰. دروس اصلی دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۰۰۱	اخلاق، احکام و قوانین در کسب و کار کشاورزی	Ethics, Rules and Regulations in Agricultural Business	-	۳	
۴۰۰۲	حسابداری برای مدیران در کسب و کار کشاورزی	Accounting for Managers in Agricultural Business	-	۳	
۴۰۰۳	مدیریت بازاریابی در کسب و کار کشاورزی	Marketing Management in Agricultural Business	-	۳	
۴۰۰۴	مدیریت عملیات کشاورزی	Agricultural Operations Management	-	۳	
۴۰۰۵	مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی	Financial Management in Agricultural Business	۴۰۰۲	۳	
۱۰۰۲	اصول اقتصاد	Principles of Economics	-	۳	
۱۰۰۴	مدیریت استراتژیک	Strategic Management	-	۳	
۱۰۰۶	مدیریت رفتار سازمانی	Organizational Behavior	-	۳	
۱۰۰۹	مدیریت منابع انسانی	Human Resource Management	۱۰۰۶	۳	
۱۰۱۰	نظریه‌های سازمان و مدیریت	Organization and Management Theories	-	۳	

اگر دانشجویی قبلاً از بین دروس بالا، درسی را گذرانده باشد، می‌تواند با جلب نظر گروه آموزشی یک درس پیشرفته‌تر را به عنوان جایگزین اخذ کند.





جدول ۳۱. دروس اصلی - اختیاری دوره کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار در کشاورزی و صنایع غذایی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۰۰۶	تحلیل سیاست‌های کشاورزی	Agricultural Policy Analysis	-	۳	-
۴۰۰۷	ریسک قیمت و بازار بورس محصولات کشاورزی	Price Risk and Markets for Agricultural Products	-	۳	-
۴۰۰۸	صنعت مواد غذایی در ایران	Food Industry in Iran	-	۳	-
۱۰۱۱	احتمال و آمار در مدیریت	Probability and Statistics in Management	-	۳	-
۱۰۱۲	اخلاق و ارزش‌های اسلامی برای مدیران	Islamic Ethics and Values for Managers	-	۳	-
۱۰۱۳	ارتباطات در مدیریت	Management Communication	-	۳	-
۱۰۱۴	اصول تنظیم قراردادهای و مذاکرات تجاری	Principles of Contracts and Commercial Negotiations	-	۳	-
۱۰۱۵	اصول کارآفرینی	Principles of Entrepreneurship	-	۳	-
۱۰۱۶	اقتصاد از منظر اسلام	Economics from Islamic Perspective	-	۳	-
۱۰۱۷	اقتصاد کلان	Macro Economics	-	۳	-
۱۰۱۸	اقتصاد مقاومتی	Resistive Economics	-	۳	-
۱۰۱۹	پروژه پایانی	Capstone Project	-	۳	۳
۱۰۲۰	پویایی کسب و کار	Business Dynamics	-	۳	-
۱۰۲۱	تحقیق در عملیات	Operations Research	-	۳	-
۱۰۲۲	تصمیم‌گیری برای مدیران	Decision Making for Managers	-	۳	-
۱۰۲۳	توسعه پایدار و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی	Sustainable Development and Corporate Social Responsibility	-	۳	-
۱۰۲۴	توسعه و پیشرفت اسلامی	Islamic Development and Progress	-	۳	-
۱۰۲۵	حاکمیت شرکتی	Corporate Governance	-	۳	-
۱۰۲۶	حقوق کسب و کار	Business Law	-	۳	-
۱۰۲۷	رهبری در سازمان	Leadership in Organizations	-	۳	-
۱۰۲۸	رهبری و مدیریت تغییر با رویکرد اسلامی	Leadership and Change Management: An Islamic Approach	-	۳	-
۱۰۲۹	روش‌های تحقیق کسب و کار	Business Research Methods	-	۳	-
۱۰۳۰	روش‌های حل مسأله	Problem Solving Methods	-	۳	-
۱۰۳۱	سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت	Management Information Systems	-	۳	-
۱۰۳۲	فضای کسب و کار در ایران	Business Environment in Iran	-	۳	-
۱۰۳۳	مدیریت از منظر اسلام	Management from Islamic Perspective	-	۳	-
۱۰۳۴	مدیریت پروژه	Project Management	-	۳	-
۱۰۳۵	مدیریت تغییر	Change Management	-	۳	-
۱۰۳۶	مدیریت دانش	Knowledge Management	-	۳	-
۱۰۳۷	مدیریت ریسک	Risk Management	-	۳	-
۱۰۳۸	مدیریت فناوری و نوآوری	Technology and Innovation Management	-	۳	-
۱۰۳۹	مدیریت کیفیت	Quality Management	-	۳	-
۱۰۴۰	مشاوره	Consulting	-	۳	-
۱۰۴۱	مباحث منتخب	Selected Topics	-	۳	-

۳-۱۴-۳- گرایش کشاورزی تجاری

به منظور توسعه مطلوب بخش کشاورزی کشور و متاثر بودن رشد روزافزون بازار معاملات کالاهای کشاورزی از سایر بخش‌های اقتصادی، وجود نیروی انسانی آشنا با موضوع‌های مدیریتی و مسایل تجاری برای افزایش توان رقابت‌پذیری بنگاه‌های کشاورزی ضروری است. این گرایش، به دنبال آشنایی دانشجویان با مفاهیم و اصول کشاورزی تجاری در فضای رقابتی است.

جدول ۳۲. دروس تخصصی- اصلی گرایش کشاورزی تجاری

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۱۰۱	اقتصاد تولید کشاورزی	Agricultural Production Economics	-	۳	-
۴۱۰۲	مدیریت زنجیره تولید و عرضه مواد غذایی	Food Supply Chain Management	-	۳	-

جدول ۳۳. دروس تخصصی- اختیاری گرایش کشاورزی تجاری

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۱۰۳	آمار در بازاریابی و مدیریت کشاورزی	Statistics in Agricultural Management and Marketing	-	۳	-
۴۱۰۴	تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی	Electronic Commerce for Agricultural Products	۱۰۳۱	۳	-
۴۱۰۵	تجارت بین‌المللی محصولات کشاورزی	International Trade of Agricultural Products	-	۳	-
۴۱۰۶	تحقیقات بازاریابی در کشاورزی تجاری	Marketing Research in Agribusiness	۴۰۰۳	۳	-
۴۱۰۷	مدیریت ریسک در کشاورزی تجاری	Risk Management in Agribusiness	-	۳	-
۴۱۰۸	مباحث منتخب در کشاورزی تجاری	Selected Topics in Agribusiness	-	۳	-



۳-۱۴-۴- گرایش مالیه کشاورزی

این گرایش به دنبال آشنایی دانشجویان با مفاهیم مربوط به تامین مالی بنگاه‌های فعال در عرصه کسب و کار کشاورزی و صنایع غذایی است. دانش‌آموختگان این گرایش می‌توانند در زمینه‌های مختلفی از جمله راه‌اندازی بنگاه‌های تولیدی و تجاری، فعالیت در بازار بورس کالا و اوراق بهادار فعالیت نمایند. همچنین ایشان در ارائه خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌هایی مانند تحلیل مالی و کارگزاری بازار بورس کالا توانمند می‌شوند.

جدول ۳۴. دروس تخصصی اصلی گرایش مالیه کشاورزی

کد درس	نام درس (فارسی) به ترتیب حروف الفبا	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۲۰۱	سرمایه‌گذاری و ارزیابی اقتصادی طرح‌های کشاورزی	Investment and Economic Evaluation of Agricultural Projects	۴۰۰۵	۳	-
۴۲۰۲	مدیریت مالی پیشرفته در کسب و کار کشاورزی	Advanced Financial Management in Agricultural Businesses	۴۰۰۵	۳	-

جدول ۳۵. دروس تخصصی-اختیاری گرایش مالیه کشاورزی

کد درس	نام درس (فارسی)	نام درس (انگلیسی)	پیش‌نیاز	تعداد واحد	
				نظری	عملی
۴۲۰۳	اصول بانکداری اسلامی و بیمه کشاورزی	Principles of Islamic Banking and Agricultural Insurance	۴۰۰۵	۳	-
۴۲۰۴	بازارهای آینده محصولات کشاورزی	Future Markets of Agricultural Products	۴۰۰۵	۳	-
۴۲۰۵	بازارهای مالی و اعتباری کشاورزی	Agricultural Financial and Credit Markets	۴۰۰۵	۳	-
۴۲۰۶	بودجه‌بندی و کنترل در کسب و کار کشاورزی	Budgeting and Control in Agricultural Business	-	۳	-
۴۲۰۷	تحلیل داده‌ها و تصمیم‌گیری در کسب و کار کشاورزی	Data Analysis and Decision Making in Agricultural Business	-	۳	-
۴۲۰۸	مباحث منتخب در مالیه کشاورزی	Selected Topics in Agricultural Finance	-	۳	-



۴- شرح دروس



دروس اصلی



اخلاق و احکام کسب و کار (۱۰۰۱)		عنوان فارسی درس
Business Ethics and Rules		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفاهیم ارزشی و مبانی اخلاقی و دینی کسب و کار، آگاهی از احکام کسب و کارها در اندیشه دینی و فقهی اسلامی است. گذراندن این درس زمینه ساز ایجاد و تقویت معرفت اخلاقی خواهد بود و دانشجویان را برای اداره سالم، اخلاقی و مسئولیت پذیرانه آماده می کند. لازم به ذکر است بر اساس مطالعه تطبیقی انجام شده در حرکتی رو به رشد، بیش از یک چهارم صد دوره برتر کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دروسی را ارائه می دهند که بر اساس ارزش های بومی و فرهنگی جامعه خود به طرح موضوعات اخلاقی و ارزشی کسب و کار می پردازند.

سرفصل درس:

- مفهوم شناسی کسب و کار
- مفهوم شناسی اخلاق و اخلاق اسلامی
- اخلاق حرفه ای و اخلاق کسب و کار
- پیوند کسب و کار با اخلاق اسلامی
- اصول و ارزش های اخلاقی حاکم بر مدیریت کسب و کار
- سازمان های اخلاقی و وظایف مدیران در اخلاقی کردن سازمان
- مسئولیت های سازمان (شامل مسئولیت اقتصادی، اجتماعی، حقوقی-قانونی و اخلاقی)
- مسائل اخلاقی در مذاکرات تجاری
- مسائل اخلاقی داووزی اختلافات تجاری داخلی، منطقه ای و بین المللی
- مسائل اخلاقی در تبلیغات تجاری
- مسائل اخلاقی و حقوقی در رقابت بین کسب و کارها
- اهمیت کسب و کار در اندیشه دینی (کار و اهمیت آن در ادیان الهی، کسب و کار در قرآن، کسب حلال، رابطه کار و عبادت، کار به منزله جهاد در راه خدا)
- کسب و کار و گونه شناسی آن در اسلام (کسب و کارهای واجب، حرام، مکروه و مستحب، رابطه تجارت و ارزش افزوده، ارزش مبادله و کنترل آن، خطرات و آفات تجارت، تقدیر و میثاق)
- شناخت کسب و کارها و افعال ناشایست از منظر اسلام (احتکار، کم فروشی، ربا، دروغ، سودهای نامشروع، مال شبهه ناک، سوء استفاده از بیسالمال، اقسام مال حرام)
- آداب کسب و کار از منظر اسلام
- بررسی برخی راهکارهای اسلامی برای بهبود کسب و کار
- قواعد فقهی حاکم بر کسب و کار (قراردادها، تجارت، بانک و بیمه، خسارات و غرامات)
- وقایع، نهادهای رسمی و مراکز مرتبط با کسب و کار اسلامی (برای مثال، جایزه سالانه کسب و کار و مالیه اسلامی توسط CPI Financial، جایزه سالانه مجله Halal، انجمن آمریکایی IFNCA صادرکننده منارک و نشان های حلال، مرکز تحقیقات کسب و کار اسلامی EIBF در مدرسه کسب و کار استون در انگلیس)
- توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی (CRS)
- ارزیابی چرخه عمر (SLCA)



روش ارزیابی پیشنهادی:

سایر (به اختصار مدرس درس)	پروژه عملی	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم
%۲۵	-	%۵۰	%۲۵

منابع:

- ایروانی، جواد (۱۳۹۰). اخلاق تجارت (فرهنگ روابط اجتماعی در آموزه های اسلامی). دانشگاه علوم انسانی رضوی.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۵). اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی. مرکز فرهنگی رجاء.
- حسینی، سیدجلال (۱۳۹۰). تجارت و راه و روش کسب و کار: آداب و آموزش تجارت در قرآن و روایات. ترجمه محمدحسین خورشیدی. طوبیای محبت.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۸۵). تحریر الوسیله. موسسه تنظیم و نشر آثار خمینی.
- خمینی، روح‌الله (بی تا). نکاسب محرمه، اسماعیلیه.
- سادات، محمدعلی (۱۳۸۸). اخلاق اسلامی. سمت.
- قارزی، رضا (۱۳۹۰). آشنایی با اسلام: کلیات دین اسلام، اصول عقاید اسلامی، اخلاق آداب و سنت‌های اسلامی، احکام و دستورات عملی اسلام. سلسله.
- قراملکی، احدفرامرز (۱۳۸۶). اخلاق حرفه‌ای در تمدن ایران و اسلام. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- قراملکی، احدفرامرز (۱۳۸۶). سازمان‌های اخلاقی در کسب و کار. مجنون.
- وحید، رضا (۱۳۸۸). کسب و کار از دیدگاه اسلام. میانی خرد.
- Abul Quasem, M. and Watt, W. M. (2011). Ethics of Al-Ghazali: a Composite Theory of Ethics in Islam (3rd edition). Research Publications.
- Benoit C. and Mazijn B. (Eds.). (2009). Guidelines for Social Life Cycle Assessment of Products. United Nations Environmental Programme.
- Blewitt, J. (2008). Understanding Sustainable Development. Routledge.
- DeGeorge, R. T. (2009). Business Ethics (7th edition). Pearson.
- Elliott, J. (2012). An Introduction to Sustainable Development (4th edition). Routledge.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J. and Ferrell, L. (2012). Business Ethics: Ethical Decision Making and Cases. CengageBrain.
- Hartman, L. and DesJardins, J. (2013). Business Ethics: Decision-Making for Personal Integrity and Social Responsibility (3rd edition). McGraw Hill.
- ISEA. (1999). Accountability 1000 (AA1000) Framework: Standard, Guidelines and Professional Qualification.
- ISO. (2012). Guidance on Social Responsibility.
- Johnson, C. E. (2007). Ethics in the Workplace. Sage.
- Kotler, P. and Lee, N. (2011). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Wiley.
- MacKinnon, B. (2011). Ethics: Theory and Contemporary Issues. Cengage Learning.
- Sadeq, A. M. and Ahmad, Kh. (2001). Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approaches. Asean Academic Press.
- SAI. (2001). Social Accountability 8000.
- Stanwick, P. A. and Stanwick, S. D. (2009). Understanding Business Ethics. Prentice Hall.
- Trevino, L. K. and Nelson, K. A. (2010). Managing Business Ethics. Wiley.
- Weiss, J. W. (2005). Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach (5th edition). Cengage Learning.
- Yusoff, N. and Noor, I. (2002). Islam and Business. Coronet Books.



اصول اقتصاد (۱۰۰۲)		عنوان فارسی درس	
Principles of Economics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا کردن دانشجویان با مفاهیم اساسی اقتصاد نظیر هزینه فرصت، کمیابی، نظام‌های مختلف اقتصادی، عرضه، تقاضا، تولید، رفتار مصرف‌کننده و مطلوبیت، کشش، بازارهای مختلف است.

سرفصل درسی:

- تعاریف اقتصاد و مفاهیم اساسی از دیدگاه مکاتب مختلف
- اقتصاد و تخصیص منابع کمیاب
- عرضه، تقاضا و تعادل بازار
- کشش، مفهوم و انواع آن
- نظریه تولید
- نظریه هزینه
- بازارها و انواع آن
- اندازه‌گیری عملکرد اقتصاد (تولید و درآمد ملی)
- اقتصاد کلان و حساب‌های ملی
- نظریه مصرف
- نظریه سرمایه‌گذاری
- بازار کار
- پول و بانکداری
- رشد اقتصادی
- پیشرفت و عدالت
- مبانی و اصول حاکم بر اقتصاد اسلامی
- اقتصاد ایران
- چگونگی تبدیل اطلاعات اقتصادی (رخدادها و روندهای اقتصادی) به تصمیمات مدیریتی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- انصاری، محمدجعفر و دیریاز، عسگر (۱۳۸۷). درآمدی بر مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی. سمت.
فرجی، یوسف (۱۳۸۴). کلیات اقتصاد. موسسه مطالعات بازرگانی.
میرمعزی، سیدحسین (۱۳۸۲). اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Colander, D. (2009). Economics (8th edition). McGraw Hill.
Fahim Khan, M. (2009). Essays in Islamic Economics. The Islamic Foundation.
Frank, R. H., Bernanke, B. and Johnston, L. D. (2012). Principles of Microeconomics (5th edition). McGraw Hill.
Mankiw, N. G. (2011). Principles of Economics (6th edition). Cengage Learning.
Marshall, A. (2004). Principles of Economics. Digireads.
Mawdudi, S. A. (2011). First Principles of Islamic Economics. The Islamic Foundation.
McConnell, C. R., Brue, S. L. and Flynn, S. M. (2009). Economics. McGraw Hill.
Salvatore, D. (2008). Microeconomics: Theory and Applications (5th edition). OUP Catalogue.
Samuelson, P. and Nordhaus, W. (2009). Economics (19th edition). McGraw Hill.



حسابداری برای مدیران (۱۰۰۳)		عنوان فارسی درس	
Accounting for Managers		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با حسابداری مالی و حسابداری مدیریت است. در این درس دانشجویان برای استفاده از اطلاعات حسابداری در سازمان‌ها، درک مفاهیم مالی و تصمیم‌سازی در محیط کسب و کار مهیا می‌شوند تا کارکردهای کنترل و مدیریت‌شان را بهتر تجهیز کند.

سرفصل درس:

- نقش حسابداری در فضای کسب و کار
- شناسایی انواع واحدهای تجاری
- اصول، مفروضات و استانداردهای گزارشگری مالی
- ترازنامه
- صورت سود و زیان
- جمع‌آوری، طبقه‌بندی و تلخیص داده‌های مالی
- تحلیل و تفسیر گزارش‌های مالی
- مدیریت عایدات
- کنترل‌های داخلی و حسابرسی
- بهای تمام‌شده
- برنامه‌ریزی سود
- تحلیل نقطه سربه‌سر
- بودجه نقدی
- ارزیابی مالی عملکرد

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- بختیاری، پرویز (۱۳۹۰). حسابداری و مدیریت مالی برای مدیران. سازمان مدیریت صنعتی.
سجادی، جعفر (۱۳۹۱). حسابداری مدیریت. دانشگاه علم و صنعت ایران.
هندریکسن، الدن (۱۳۸۸). تئوری حسابداری ۱ و ۲. ترجمه علی پارسائیان. ترمه.
- Abraham, A., Glynn, J., Murphy, M. and Wilkinson, B. (2008). Accounting for Managers. Thomson.
Bhimani, A. (2002). Management and Cost Accounting. Prentice Hall.
Collier, P. M. and Kizan, S. M. (2003). Accounting for Managers: Interpreting Accounting Information for Decision Making. Wiley.
Dyson, J. (2010). Accounting for Non-accounting Students (8th edition). Financial Times Management Pub.
Glynn, J. and Murphy, M. (2008). Accounting for Managers. Cengage Learning.
Maher, M. W., Stickney, C. P. and Weil, R. L. (2011). Managerial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses (11th edition). CengageBrain.
Mott, G. (2012). Accounting for Non-accountants: A Manual for Managers and Students (8th edition). Kogan Page.
Zimmerman, J. L. (2005). Accounting for Decision Making and Control (5th edition). McGraw Hill.



مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		عنوان فارسی درس	
Strategic Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با کسب مهارت و آگاهی برای تدوین و اجرا و کنترل استراتژی‌های سازمان، مهارت در تحلیل استراتژیک محیط درون و بیرون سازمان است.

سرفصل درس:

- مفاهیم پایه مدیریت استراتژیک
- بیانیه جهت‌گیری استراتژیک سازمان
- ارزش‌ها
- تعیین مأموریت و ترسیم چشم‌انداز
- تحلیل محیط درونی و بیرونی و تکنیک‌های آن
- رویکردهای تدوین استراتژی
- رویکرد تناسب استراتژیک (SWOT)
- رویکرد موقعیت‌یابی و استراتژی‌های عمومی
- رویکرد مبتنی بر منابع
- رویکرد اقیانوس آبی
- رویکرد پورتفولیو (GE and BCG)
- رویکرد دلتا
- جاری‌سازی استراتژی
- ترسیم نقشه استراتژی
- تدوین کارت امتیازی متوازن
- کنترل استراتژیک و مدیریت عملکرد
- مدیریت استراتژیک از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- اعرابی، سیدمحمد (۱۳۹۰). دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
پورتر، مایکل (۱۳۹۱). استراتژی رقابتی. ترجمه جهانگیر مجیدی و عباس مهرپویا. تهران رسا.
پیرس، جان ای و رابینسون، ریچارد بی (۱۳۸۸). مدیریت راهبردی (برنامه ریزی، اجرا و کنترل). ترجمه سید محمود حسینی. سمت.
علی احمدی، علیرضا، فتح‌الله، مهدی و تاج‌الدین، ایرج (۱۳۸۲). نگرشی جامع بر برنامه‌ریزی استراتژیک. تولید دانش.
هانگر، جی دیوید و ویلن، تامس (۱۳۸۶). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
Beekun, R. I. (2006). Strategic Planning and Implementation for Islamic Organization. International Institute of Islamic Thought.
Dess, G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. and McNamara, G. (2011). Strategic Management: Text and Cases (6th edition). McGraw Hill.
Fisher, A. (2011). Critical Thinking: An introduction (2ed edition). Cambridge University Press.
Fontaine, R. and Ahmad, K h. (2013). Strategic Management from an Islamic Perspective: Text and Cases. Wiley.
Grant, R. M. (2010). Contemporary Strategy Analysis (7th edition). Wiley.
Hax, A. C. and Majluf N. S. (1995). The Strategy Concept and Process: A Pragmatic Approach (2nd edition). Prentice Hall.
Pearce, J. and Robinson, R. (2010). Strategic Management (12 edition). McGraw Hill.
Rothaermel, F. (2012). Strategic Management: Concepts. McGraw Hill.
Thompson, A. and Strickland A. J. (2003). Strategic Management: Concepts and Cases (13th edition). McGraw Hill.



مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		عنوان فارسی درس	
Marketing Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با مفاهیم، اصول و تاکتیک‌های نوین بازاریابی در ایران و جهان است که در آن با مباحثی نظیر منابع، محیط‌های بازاریابی و مدیریت برند آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی و تاریخچه
- مراحل توسعه بازاریابی
- اصول و مفاهیم بازاریابی (شناخت آمیخته بازاریابی شامل محصول، قیمت، کانال‌های توزیع و ترویج)
- فرایند بازاریابی و نقش بازاریابی استراتژیک یک سازمان
- آشنایی با نظریه‌ها و اجزای بازاریابی (مانند ارتباطات بخش‌بندی بازار، تبلیغات، لجستیک، قیمت‌گذاری، بسته‌بندی)
- منابع بازاریابی (منابع انسانی و بازاریابی داخلی و خارجی)
- مدیریت اطلاعات بازاریابی
- محیط‌های بازاریابی (کلان، بسترهای گوناگون، بین سازمانی)
- بازاریابی یکپارچه
- شناخت رفتار خرید مصرف‌کننده و مشتری
- برندسازی و مدیریت برند
- بازاریابی خدمات (تفاوت‌ها، فلسفه، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- بازاریابی در ایران و جهان (بررسی و مطالعات موردی)
- آخرین تحولات، دستاوردها و تکنیک‌ها
- بازاریابی از منظر اسلام



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- آرسترانگ، گری و کانتر، فیلیپ (۱۳۹۰). اصول بازاریابی (جلدهای اول و دوم). ترجمه علی پارسایان. جهان نو.
پل، تمپورال (۱۳۹۱). برندسازی و بازاریابی اسلامی (ساختن کسب و کار اسلامی جهانی). ترجمه احمد روستا و علی صالحی. چاپ و نشر بازرگانی.
روستا، احمد، ونوس، ناور و ابراهیمی، عبدالحمید (۱۳۹۱). مدیریت بازاریابی. سمت.
Alserhan, B. A. (2011). The Principles of Islamic Marketing. Gower Publishing.
Baker, M. J. and Saren, M. (2010). Marketing Theory: A Student Text. Sage.
Brassington, F. and Pettitt, S. (2000). Principles of Marketing. Financial Times Management.
Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M. and Ferrell, O. C. (2005). Marketing: Concepts and Strategies. Houghton Mifflin.
Ellis, N., Fitchett, J., Higgins, M., Jack, G., Lim, M., Saren, M. and Tadajewski, M. (2010). Marketing: A Critical Textbook. Sage.
Kotler, P. (2009). Marketing Management. Pearson Education.
Kotler, P. J. and Armstrong, G. M. (2010). Principles of Marketing. Pearson Education.
Kotler, P., Brown, L., Adam, S., Burton, S. and Armstrong, G. (2004). Marketing. Pearsons Education.



مدیریت رفتار سازمانی (۱۰۰۶)		عنوان فارسی درس
Organizational Behavior		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد: تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با نظریه‌های رفتار سازمانی، شناسایی علل رفتار و چگونگی به‌کارگیری رفتارها در راستای اهداف سازمانی است. انتظار می‌رود که دانشجویان پس از گذراندن این درس با روش‌های تحلیل و کنترل رفتار خود و دیگران در محیط سازمانی آشنا شده باشند.

سرفصل درس:

- کلیات، مفاهیم، کاربردها و سطوح رفتار سازمانی
- فرایند و نظریه‌های انگیزش کارکنان
- ارزش‌ها، نگرش‌ها و احساسات کارکنان سازمان
- عوامل موثر بر شکل‌گیری شخصیت و مدل‌ها
- ابزارهای سنجش شخصیت کارکنان
- سیستم ادراک و خطاهای ادراکی در سازمان
- یادگیری کارکنان و روش‌های تعدیل رفتاری
- عوامل استرس‌زا و روش‌های مدیریت استرس در سازمان
- هوش و نقش آن در مدیریت رفتار سازمانی
- پویای‌هایی گروه و تیم و روش‌های مدیریت موثر گروه‌های کاری
- ارتباطات سازمانی و موانع بر سر راه آن
- قدرت و سیاست در سازمان
- مدیریت تعارض و استراتژی‌های مذاکره در سازمان
- رهبری و نقش آن در مدیریت رفتار سازمانی
- فرهنگ سازمانی و کارکردهای آن
- نقش اخلاقی و اندیشه‌های اسلامی در مدیریت رفتار سازمانی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

رایینز، استفن (۱۳۹۰). مبانی رفتار سازمانی، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
رضاییان، علی (۱۳۹۱). مبانی مدیریت رفتار سازمانی. سمت.
قلی‌پور، آرین (۱۳۹۱). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی). سمت.

- Barling, J. and Cooper, C. (2008). The Handbook of Organizational Behavior. Sage.
DuBrin, A. J. (2006). Fundamentals of Organizational Behavior (4th edition). Cengage Learning.
Griffin, R. W. and Moorhead, G. (2005). Fundamentals of Organizational Behavior: Managing People and Organizations. Cengage Learning.
Hellriegel, D. and Slocum, J. W. (2010). Organizational Behavior (13th edition). Cengage Learning.
McShane, S. L. and Gilnow, M. A. V. (2008). Organizational Behavior. McGraw Hill.
Quick, J. C. (2006). Organizational Behavior: Foundations, Reality and Challenges (5th edition). Thomson.
Robbins, S. P. and Judge, T.A. (2012). Organizational Behavior (15th edition). Prentice Hall.



مدیریت عملیات (۱۰۰۷)		عنوان فارسی درس	
Operations Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		نوع واحد: عملی	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس ایجاد بستر مناسب جهت فعالیت کسب و کار متمرکز بر تولید کالا یا خدمات به صورت اثر بخش است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌های بر مدیریت عملیات و فرایندها
- آشنایی با عملیات تولیدی و خدماتی
- مدیریت پروژه
- فرایندها و تکنولوژی‌ها
- نحوه استقرار بر اساس فرایند
- مدیریت کیفیت
- کنترل آماری فرایندها
- منابع انسانی در مدیریت عملیات
- مدیریت زنجیره تامین
- پیش‌بینی در مدیریت عملیات
- برنامه‌ریزی تجمیعی
- مدیریت موجودی و دارایی
- سیستم تولید به‌هنگام و تولید ناب
- برنامه‌ریزی منابع سازمانی
- زمان‌بندی و توالی عملیات



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

براون، جیمی، شیونان، جیمز و هارن، جرن (۱۳۸۶). سیستم‌های مدیریت تولید (با نگرشی یکپارچه). ترجمه سروش صغیری و مهدی غضنفری. دانشگاه علم و صنعت ایران.
جعفرنژاد، احمد (۱۳۸۵). مدیریت تولید و عملیات نوین. دانشگاه تهران.

صفاکیش، محمدسعید و سیدحسینی، سیدمحمد (۱۳۸۴). مبانی جامع و پیشرفته مدیریت تولید و عملیات در سازمان‌های تولیدی و خدماتی: مبانی برنامه‌ریزی تولید و عملیات در صنعت و خدمات. سازمان مدیریت صنعتی.

Cachon, G. and Terwiesch, Ch. (2012). Matching Supply with Demand: An Introduction to Operations Management (3rd edition). McGraw Hill.

Heizer, J. and Render, B. (2013). Operations Management (11th edition). Prentice Hall.

Krajewski, L. J., Ritzman, L. P. and Malhotra, M. K. (2009). Operations Management (9th edition). Prentice Hall.

Reid, R. D. and Sanders, N. R. (2009). Operations Management (4th edition). Wiley.

Schroeder, R., Rungtusanatham, M. J. and Goldstein, S. (2012). Operations Management in the Supply Chain: Decisions and Cases (6th edition). McGraw Hill.

Stevenson, W. (2011). Operations Management (11th edition). McGraw Hill.



منابع:

دسلر، گری (۱۳۹۱). مبانی مدیریت منابع انسانی. ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی. سعادت، اسفندیار (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی. سمت. قلی‌پور، آرین (۱۳۹۰). مدیریت منابع انسانی: مفاهیم، تئوری‌ها و کاربردها. سمت.

Armstrong, M. (2012). A Handbook of Human Resource Management Practice (12th edition). Kogan Page.

Dessler, G. (2012). Human Resource Management (13th edition). Prentice Hall.

Gomez-Mejia, L. Balkin, D. and Cardy, R. (2011). Managing Human Resources. Prentice Hall

Mathis, R. L. and Jackson, J. H. (2011). Human Resource Management: Essential Perspectives (6th edition). Cengage Learning.

Noc, R. A., Hollenbeck, J. R., Barry, G. and Wright, P. M. (2010). Fundamentals of Human Resource Management (4th edition). McGraw Hill.



نظریه‌های سازمان و مدیریت (۱۰۱۰)		عنوان فارسی درس	
Organization and Management Theory		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با نظریه‌های سازمان و مدیریت است. در این درس دانشجویان با سیر تحولات و تاریخچه نظریه‌های سازمان و مدیریت و دیدگاه‌های نوین در این زمینه آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- سیر تحولات نظریه‌های سازمان و مدیریت
- رویکردها و مکاتب مختلف در مدیریت
- اصول و مفاهیم اساسی در مدیریت
- نقش‌ها و مهارت‌های مدیریتی
- برنامه‌ریزی و کنترل در مدیریت
- رهبری و انگیزش
- خلاقیت و نوآوری
- تصمیم‌گیری و حل مساله در مدیریت
- سازماندهی
- اصول و مبانی طراحی ساختار
- اثربخشی سازمان و عوامل موثر بر آن
- مدیریت جهانی شدن
- دیدگاه‌های مدرن و پسا مدرن در سازمان و مدیریت
- نقش فرهنگ و ارزش‌ها در مدیریت
- نظریه‌های مدیریت از منظر اسلام
- وظایف و نقش‌های مدیران در اندیشه‌های اسلامی (آیات، روایات و کلام بزرگان)

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪



منابع:

- دقت، ریچارد ال (۱۳۹۱). تئوری و طراحی سازمان (جلدهای اول و دوم). ترجمه علی یارسایبان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- رابینز، استفن پی (۱۳۸۵). تئوری سازمان (ساختار، طراحی و کاربردها) ترجمه سید مهدی الوانی و حسن دانایی‌فرد. صفار.
- رحمان سرشت، حسین (۱۳۹۰). تئوری‌های سازمان و مدیریت: از تجددگرایی تا پساتجددگرایی (دوران تجددگرایی، مدرنیسم). نشر دوران.
- رضاییان، علی (۱۳۹۰). مبانی سازمان مدیریت. سمت.
- شفریتز، جی ام و استیون ات، جی (۱۳۸۱). تئوری‌های سازمان: اسطوره‌ها (جلدهای اول و دوم). ترجمه علی یارسایبان. ترمه.
- علی احمدی، علیرضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۵). اصول مدیریت اسلامی. تولید دانش.
- نبوی، محمدحسن (۱۳۸۸). مدیریت در اسلام. دفتر تبلیغات اسلامی.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۹۱). مدیریت عمومی. نشر نی.
- هچ، ماری جو و کانلیف، آن ال (۱۳۹۱). نظریه سازمان: مدرن: نمادین، تفسیری و پست مدرن. ترجمه حسن دانایی‌فرد. نشر مهربان.
- Ali, A. (2005). Islamic Perspectives on Management and Organization (New Horizons in Management). Edward Elgar Pub.
- Mintzberg, H. (2007). Structure in Sevens: Designing Effective Organizations. Prentice Hall.
- Morden, T. (2004). Principles of Management. Ashgate Publishing.
- Morgan, G. (2006). Images of Organization. Sage.
- Scott, W. R. and Davis, G. F. (2006). Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open System Perspectives. Pearson Education.



دروس اصلی-اختیاری



احتمال و آمار در مدیریت (۱-۱۱)		عنوان فارسی درس
Probability and Statistics in Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم احتمال و آمار، کاربردهای آن در اقتصاد و مدیریت است.

سرفصل درس:

- آشنایی کلی با درس
- مفهوم احتمال
- متغیرهای تصادفی
- توزیع‌های احتمالی و انواع آن
- آشنایی با کمیت‌های احتمالی (مانند امید ریاضی، واریانس و کواریانس)
- نامساوی‌های احتمالی
- آمار توصیفی
- نمونه‌گیری
- آمار استنباطی
- آمار پارامتریک و ناپارامتریک
- برآوردها
- آزمون فرض
- تحلیل رگرسیون
- مسائل آماری در کسب و کار و اقتصاد
- شبیه‌سازی
- آشنایی با نرم‌افزارهای آماری



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

آذر، عادل و مومنی، منصور (۱۳۹۱). آمار و کاربرد آن در مدیریت (جلدهای اول و دوم). سمت.

فروند، جان (۱۳۸۷). آمار ریاضی. ترجمه علی عمیدی و محمدقاسم وحیدی اصل. نشر دانشگاهی.
نتر، جان، واسرمن، ولیام و ویتنور (۱۳۹۰). آمار کاربردی. ترجمه علی عمیدی. نشر دانشگاهی.
والپول، رونالد (۱۳۸۶). مقدمه‌تی بر احتمالات و آمار کاربردی. ترجمه میربهادرقلی آریانزاد. دانشگاه علم و صنعت ایران.

Bowerman, B., O'Connell, R. and Murphree, E. (2013). Business Statistics in Practice (7th edition). McGraw Hill.

Kelton, W. D. and Law, A. M. (2000). Simulation Modeling and Analysis. McGraw Hill.

Levine, D. M. (2004). Statistics for Managers Using Microsoft Excel. Prentice Hall.

Ross, S. M. (2006). Introduction to Probability Models. Elsevier.

Sheldon, R. (2005). A First Course In Probability. Pearson Education India.



اخلاق و ارزش‌های اسلامی برای مدیران (۱۰۱۲)		عنوان فارسی درس
Islamic Ethics and Values for Managers		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی: <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم ارزشی و اخلاقی مدیریت در اسلام است. انتظار می‌رود که دانشجویان با گذراندن این درس بر اهمیت ارزش‌های اسلامی و مباحث اخلاقی در محیط سازمان بیش از پیش واقف شوند.

سرفصل درس:

- اصول و مفاهیم اخلاق و ارزش‌های اسلامی
- ارزش‌های اخلاقی اسلام از دیدگاه قرآن و سنت
- اندیشه شهید مطهری در خصوص اخلاق اسلامی
- اندیشه فارابی در خصوص اخلاق اسلامی
- اندیشه غزالی در خصوص اخلاق اسلامی
- پیوند کسب و کار با اخلاق اسلامی
- مسئولیت‌های اخلاقی در تجارت داخلی
- مسئولیت‌های اخلاقی در تجارت منطقه‌ای و بین‌المللی
- مسائل اخلاقی در مذاکرات تجاری
- مسائل اخلاقی دآوری اختلافات تجاری داخلی
- مسائل اخلاقی دآوری اختلافات تجاری منطقه‌ای و بین‌المللی
- مسائل اخلاقی در تبلیغات تجاری
- مسائل اخلاقی کسب رضایتمندی مشتریان
- مسائل اخلاقی در رقابت بین کسب و کارها
- مسائل اخلاقی و جرائم سازمان‌یافته تجاری
- مسائل اخلاقی شرکت‌های تجاری



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۵). اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی. مرکز فرهنگی رجاء.

جوادی، عاملی (۱۳۷۳). اخلاق کارگزاران. نشر بنیاد.
علی احمدی، علیرضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۳). مدیریت ارزشی با تکیه بر ارزش‌های اسلامی. تولید دانش.
قراملکی، فرامرز (۱۳۸۷). سازمان‌های اخلاقی در کسب و کار. نشر مجنون.
مطهری، مرتضی (۱۳۹۰). انسان کامل. صدرا.

Abul-Quasem, M. and Watt, W. M. (2011). Ethics of Al-Ghazali: a Composite Theory of Ethics in Islam (3rd edition). Research Publications.

Sadeq, A. M. and Ahmad, Kh. (2004). Ethics in Business and Management: Islamic and Mainstream Approach. Asean Academic Pr.

Yusoff, N. and Noor, I. (2002). Islam and Business. Coronet Books.



ارتباطات مدیریت (۱۰۱۳)		عنوان فارسی درس	
Management Communications		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات در مدیریت به منظور برقراری ارتباطات موثر در محیط سازمان است. دانشجویان با گذراندن این درس با ابزارهای ارتباطی، موانع بر سر راه ارتباطات و شیوه‌های برخورد با چنین موانعی آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- اصول و مفاهیم کلیدی ارتباطات
- کارکردهای ارتباطات
- مدل فرایند ادراکی ارتباطات
- ارتباطات عمودی و افقی (رسمی و غیررسمی)
- ارتباطات میان فردی
- ابزارها و مدل‌های ارتباطات
- ارتباطات کلامی و غیرکلامی
- ارتباطات میان سازمانی
- جنسیت و تاثیر آن در ارتباطات
- سبک‌های شنود و تاثیر آن در ارتباطات
- موانع برقراری ارتباطات موثر
- شایعه و تاثیر آن بر ارتباطات
- تاثیر تفاوت‌های فرهنگی در ارتباطات
- ارتباطات از راه دور
- راهکارهای بهبود ارتباطات در فضای سازمان‌های ایرانی
- اهمیت و آداب ارتباطات در اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۲). ارتباطات انسانی (جلدهای اول و دوم). رسا.
- فرهنگی، علی اکبر، صفرزاده، حسین و خادمی، مهدی (۱۳۹۱). ارتباطات سازمانی. رسا.
- Dana, D. (2000). Conflict Resolution. McGraw Hill.
- Hargie, O., Dickson, D. and Tourish, D. (1999). Communication in Management. Gower Publishing.
- Hattersley, M. and McJannet, L. (2007). Management Communication: Principles and Practice (3rd edition). McGraw Hill.
- Miller, K. (2011). Organizational Communication: Approaches and Processes (6th edition). Cengage Learning.
- Putnam, L. L. and Roloff, M. E. (1992). Communication and Negotiation (Sage Series in Communication Research). Sage.
- Stone, D. and Patton, B. (2010). Difficult Conversations: How to Discuss What Matters Most. Penguin.
- Zaremba, A. J. (2009). Organizational Communication (3rd edition). Oxford University Press.



اصول تنظیم قراردادها و مذاکرات تجاری (۱۰۱۴)		عنوان فارسی درس
Principles of Contracts and Commercial Negotiations		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنا شدن با مفاهیم و مبانی قراردادهای تجاری و تسلط به فنون مذاکرات تجاری است.

سرفصل درس:

- هدف، مفهوم و تعریف قرارداد
- شرایط اساسی برای صحت قرارداد
- شرایط مندرج در قرارداد (شروط ضمن عقد)
- مبلغ قرارداد و چگونگی پرداخت آن
- خسارات ناشی از عدم انجام تعهد یا تاخیر در آن
- حوادث قهری و غیرمترقبه در قرارداد (فورس ماژور)
- شکل و اسناد و مدارک قرارداد
- ضمانات و تضمینات قراردادی
- موارد و شرایط فسخ قرارداد
- موارد اعلام بطلان و بی اعتباری قرارداد
- مدت قرارداد و نحوه اجرای آن
- حل اختلافات ناشی از قرارداد از طریق داوری
- دعاوی قراردادی
- بررسی چند نمونه از قراردادهای تجاری
- انواع قراردادها از دیدگاه عقود اسلامی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- پاکدامن، رضا (۱۳۸۷). آیین مذاکره و تنظیم قراردادهای تجاری بین المللی. موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی.
 گوهریان، محمدابراهیم (۱۳۸۵). اصول تنظیم قراردادهای صادراتی. امیرکبیر.
 هریس، چارلز ادیسون (۱۳۸۵). فنون مذاکرات تجاری (راهنمای کاربردی). ترجمه محمد ابراهیم گوهریان. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.



-
- Garrett, G. A. (2005). *Contract Negotiations: Skills, Tools and Best Practice*. CCH.
- Guth, S. (2007). *The Contract Negotiation Handbook: An Indispensable Guide for Contract Professionals*. Lulu.



اصول کارآفرینی (۱۰۱۵)		عنوان فارسی درس	
Principles of Entrepreneurship		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
		دروس پیش نیاز	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با اصول و مبانی کارآفرینی، تاریخچه و مهارت‌های مورد نیاز در فرایند کارآفرینی و مدیریت کسب و کار است.

سرفصل درس:

- ماهیت و تاریخچه کارآفرینی
- تعاریف کارآفرینی
- فرایند کارآفرینی
- تشخیص فرصت‌های کارآفرینی
- نوع‌شناسی کارآفرینی
- نگرش‌ها و مکاتب کارآفرینی
- چالش‌های کارآفرینی (گذشته، حال و آینده)
- انواع کارآفرین
- تفاوت‌های کارآفرینان و مالکان کسب و کارهای کوچک
- عوامل موثر بر رشد کارآفرینی (عوامل اقتصادی، غیراقتصادی و اقدامات دولت)
- عوامل فرهنگی موثر بر رشد کارآفرینی
- بحث‌های معاصر تحقیقاتی در کارآفرینی
- کارآفرینی در عرصه عمل
- کارآفرینی در فضای کسب و کار ایران
- کارآفرینی از دیدگاه ارزش‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

کلایدزدیل، گرگ (۱۳۹۱). فرصت‌های کارآفرینی: زمان مناسب، مکان مناسب، ترجمه محمود مرادی. سازمان مدیریت صنعتی، همسرینج، رابرت و پیترز، مایکل (۱۳۹۰). کارآفرینی. ترجمه سیدعلیرضا فیض بخش و حمیدرضا تقی یاری. دانشگاه صنعتی شریف.

- Baron, R. A. and Shane, S. A. (2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective* (2nd edition). Cengage Learning.
- Bygrave, W. D. and Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship* (2nd edition). Wiley.
- Cuervo, A., Ribeiro, D. and Roig, S. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Springer.
- Handan, H. (2011). *Fundamentals of Entrepreneurship* (2nd edition). Prentice-Hall of India.
- Hisrich, R. Peters, M. and Shepherd, D. (2012). *Entrepreneurship* (9th edition). McGraw Hill.
- Jack M. K. and Warren, A. C. (2006). *Patterns of Entrepreneurship*. Wiley.
- Kayed, R. N., Kayed, R. N. and Hassan, M. K. (2011). *Islamic Entrepreneurship*. Routledge.



اقتصاد از منظر اسلام (۱۰۱۶)		عنوان فارسی درس	
Economics from Islamic Perspective		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم اقتصاد اسلامی و درک نظام اقتصادی اسلام در مقایسه با سایر مکاتب اقتصادی، آشنایی با آیات و روایات پیرامون موضوعات اقتصادی و آشنایی با اصول اقتصادی قانون اساسی جمهوری اسلامی است.

سرفصل درس:

- رابطه علم دینی با اقتصاد اسلامی (تحلیل دیدگاه‌های موجود پیرامون علم اقتصاد، اقتصاد اسلامی)
- دولت اسلامی در عرصه‌های اقتصاد، تولید و تجارت (اهداف عالی، رسالت و مأموریت)
- میانی و اصول حاکم بر اقتصاد اسلامی و چگونگی رفع تعارض بین آن‌ها (دیدگاه قانون اساسی، خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (حفظه‌الله))
- بررسی و ارزیابی تقدم و تاخر سودآوری شخصی و بنگاهی
- مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی
- تحقق اهداف حاکمیتی تا منفعت‌طلبانه
- جایگاه کار، سرمایه، کالا و خدمات در آموزه‌های اسلامی
- جایگاه تحقیق و نوآوری در آموزه‌های اسلامی
- فضای کسب و کار و دیدگاه اندیشمندان اسلامی
- اصول حاکم بر بازارهای سرمایه دیدگاه اسلام
- رویکرد عدالت اقتصادی (بیشرفت، توسعه، رشد و تعالی)
- بیمه، بورس، بانک، عقود اسلامی، معاملات سلف، ابزارهای مالی از منظر اسلام
- تحلیل رفتار بر اساس اسلام (تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده کالا و خدمات)
- مالکیت خصوصی و ابعاد و قلمرو آن در فقه جواهری و متون فقهی فرق اسلامی
- تحلیل سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (تبیین نقش بخش‌های خصوصی، عمومی، دولتی، تعاونی، خصوصی)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- انصاری، محمدجعفر و دیرباز، عسگر (۱۳۸۷). درآمدی به مبانی اقتصاد خرد با نگرش اسلامی. سمت.
آقا نظری، حسن (۱۳۸۵). نظریه پردازی اقتصاد اسلامی. سمت.
بن جیلایی عبدالزامل، یوسف (۱۳۸۷). اقتصاد کلان با نگرش اسلامی. موسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی.
توتونچیان، ایرج (۱۳۶۳). تئوری تقاضا و تحلیل اقتصادی نفاق. مرکز اطلاعات فنی ابران.
حسینی، سیدرضا (۱۳۷۹). الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف کننده مسلمان. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
دادگر، یدالله (۱۳۸۷). نگرش بر اقتصاد اسلامی - معرفت، ارزش‌ها و روش‌ها. پژوهشکده اقتصاد تربیت مدرس.
داوودی، پرویز (۱۳۷۴). پول در اقتصاد اسلامی. سمت.
شعبانی، احمد (۱۳۸۵). اندیشه‌های اقتصادی متفکران مسلمان. دانشگاه امام صادق(ع).
صدر، سیدکاظم (۱۳۷۵). اقتصاد صدر اسلام. دانشگاه شهید بهشتی.
صدر، محمدباقر (۱۳۷۲). اقتصاد ما، ترجمه محمد برهانی. انتشارات اسلامی.
کریمی، محمدمهدی و پورمند، محمد (۱۳۹۱). مبانی فقهی اقتصاد اسلامی. سمت.
میر معزی، سیدحسین (۱۳۸۲). اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Alvi, Sh. and Al-Roubaie, A. (2013). Islamic Economics. Routledge.
El-Ashker, A. and Wilson, R. (2006). Islamic Economics: A Short History. Brill.



اقتصاد کلان (۱۰۱۷)		عنوان فارسی درس	
Macro Economics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم اقتصاد کلان و کاربرد آن در مدیریت است.

سرفصل درس:

- اقتصاد کلان، تعاریف، مفاهیم و اصول
- شاخص‌های اندازه‌گیری عملکرد اقتصادی کشور
- حساب‌های ملی و اجزاء آن
- نظریه‌های مصرف
- نظریه سرمایه‌گذاری
- بازار کار
- بازار پول
- تورم، علل و عوامل
- رابطه بیکاری و تورم
- نظام بانکی و نقش آن در اقتصاد کلان
- سیاست‌های پولی و مالی
- نظریه‌های رشد اقتصادی
- بخش خارجی و تراز پرداخت‌ها
- اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- طیبیان، محمد (۱۳۸۵). اقتصاد کلان. کوهسار.
- فرجی، یوسف (۱۳۸۳). اقتصاد کلان. موسسه مطالعات بازرگانی.
- میرمیزی، سیدحسین (۱۳۸۲). اقتصاد کلان با رویکرد اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Abel, A. B., Bernanke, B. S. and Croushore, D. (2010). Macroeconomics (7th edition). Addison-Wesley.
- Blanchard, O. (2010) Macroeconomics (5th edition). Prentice Hall.

- Blanchard, O., Johnson, D. and Melino, A. (2003). *Macroeconomics* (2nd edition). Prentice Hall.
- Dornbusch, R., Fischer, S. and Starts, R. (2003). *Macroeconomics*. McGraw Hill.
- Hubbard, R. G. and O'Brien, A. P. (2012). *Macroeconomics* (4th edition). Prentice Hall.
- Mankiw, N. G. (2012). *Macroeconomics* (8th edition). Worth Publishers.
- McConnell, C., Brue, S. and Flynn, S. (2011). *Macroeconomics* (19th edition). McGraw Hill.



اقتصاد مقاومتی (۱۰۱۸)		عنوان فارسی درس	
Resistive Economics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم الگوی اسلامی و ایرانی، اقتصاد مقاومتی، ضرورت آن و راهبردهای مختلف آن است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- بیان مساله و رسیدن به ضرورت طراحی الگو
- اهمیت نیل به الگوی پیشرفت اسلامی و ایرانی
- معرفی الگوی مقاومتی
- معرفی راهبردهای اصلی اقتصاد مقاومتی
 - راهبرد اول: کنترل سوداگری و فساد
 - راهبرد دوم: تولید درون‌زا
 - راهبرد سوم: افشاسازی
 - راهبرد چهارم: ملاحظات سیستمی
 - راهبرد پنجم: اتحاد اقتصادی منطقه‌ای / کشورهای همسو
 - راهبرد ششم: جایگزینی و تنوع‌بخشی
 - راهبرد هفتم: سیاست‌های عمودی و گزینشی
 - راهبرد هشتم: اقتصاد غیروابسته به درآمدهای نفتی
 - راهبرد نهم: سرمایه اجتماعی و اقتصاد دانش‌بنیان
 - سایر راهبردها



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

زید شارل، ریست، شارل (۱۳۷۹). تاریخ عقاید اقتصادی. ترجمه کریم سنجابی، دانشگاه تهران.
 علی احمدی، علیرضا و نجفی، حامد (۱۳۹۱). مجموعه مقالات دومین همایش ملی اقتصاد مقاومتی. دانشگاه علم و صنعت.

معلمی، سیدمهدی (۱۳۹۱). مفهوم و اصول اقتصاد مقاومتی در آموزه‌های اقتصاد اسلامی. اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی، دانشگاه علم و صنعت.

میرمعزی، سیدحسین (۱۳۸۸). فلسفه علم اقتصاد اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.

نجفی، حامد (۱۳۹۱). بودجه بدون نفت. اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی، دانشگاه علم و صنعت.

نریمانی، میثم و عسکری، حسین (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی، مبانی و راهبردها. سازمان بسیج دانشجویی.

نریمانی، میثم و عسکری، حسین (۱۳۹۱). چارچوب مفهومی اقتصاد مقاومتی. اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی، دانشگاه علم و صنعت.



عنوان فارسی درس		پروژه پایانی (۱۰۱۹)	
عنوان لاتین درس		Capstone Project	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		-	
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس حل یک مساله واقعی سازمانی و مدیریتی تحت نظر استاد درس است. چنین فرایندی دانشجویان را با نحوه تعریف مساله در سازمان و روش‌شناسی رسیدن به وضع مطلوب آشنا کرده و منجر به افزایش مهارت‌های ارتباطی آنان خواهد شد. به این منظور مناسب است بعد از تعیین محدوده مساله یک توافقنامه سه‌جانبه میان سازمان، دانشجو و استاد درس منعقد شود. در این توافقنامه به خروجی‌های پروژه بطور شفاف اشاره شده و برنامه زمان‌بندی به تفکیک فعالیت‌ها مشخص می‌گردد. تفاوت اصلی این درس با پایان‌نامه، عملیاتی و اجرایی بودن این واحد درسی است در حالی که درس پایان‌نامه به نوعی فعالیت علمی-پژوهشی است.

مراحل انجام کار به شرح زیر خواهد بود:

- انتخاب موضوع کاربردی
- پروپزال‌نویسی
- تدوین توافقنامه
- تدوین وضعیت موجود
- موردکاوی و مرور ادبیات کاربردی
- تدوین روش‌شناسی
- جمع‌بندی یافته‌ها
- تهیه گزارش پیشرفت
- گزارش نهایی



پویایی کسب و کار (۱۰۲۰)		عنوان فارسی درس
Business Dynamics		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی علم پویایی سیستم‌ها و چگونگی بکارگیری آن در تحلیل سیستمی کسب و کارها می‌باشد.

سرفصل درس:

- سیستم‌های پویا (مفهوم‌شناسی، ساختار و رفتار)
- یادگیری در درون و درباره سیستم‌های پیچیده
- پویایی سیستم‌ها در عمل
- فرایند مدل‌سازی
- ابزارهای تفکر سیستمی
- نمودارهای علی-حلقوی
- متغیرهای حالت و جریان
- پویایی متغیرهای حالت و جریان
- پویایی رشد و رشد کسب و کار
- رشد S شکل و انتشار نوآوری
- رشد محصولات جدید
- وابستگی به مسیر و بازخورد مثبت
- ابزارهای مدل‌سازی سیستم‌های پویا
- تاخیرها
- پویایی تحول و افت‌وخیز تغییر



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

استرمن، جان د. (۱۳۹۰). پویایی‌شناسی کسب و کار، تفکر سیستمی و مدل‌سازی برای جهانی پیچیده. ترجمه پریسا موسوی اهرنجانی، بنقشه بهزاد، مرضیه امامی، لاله رضایی عدل و حسن فغانی. سمت.

- Morecroft, J. (2007). *Strategic Modelling and Business Dynamics: A Feedback Systems Approach*. Wiley.
- Senge, P. M. (1999). *The Dance of Change: The Challenges to Sustaining Momentum in a Learning Organization*. Crown Business.
- Sterman, J. D. (2000). *Business Dynamics: Systems Thinking and Modeling for a Complex World*. McGraw Hill.



- سجادی، سیدجعفر و آریانزاد، میریهدرقلی (۱۳۹۰). راهنمای جامع مدل‌سازی. دانشگاه علم و صنعت ایران.
مهرگان، محمدرضا (۱۳۹۲). پژوهش عملیاتی: برنامه‌ریزی خطی و کاربردهای آن. کتاب دانشگاهی.
ویلیامز، باوول (۱۳۸۴). مدل‌سازی در برنامه‌ریزی ریاضی. ترجمه سیدعلی میرحسینی. دانشگاه صنعتی شاهرود.
- Bazaraa, M. S., Jarvis, J. J. and Sherali, H. D. (2011). Linear Programming and Network Flows. Wiley.
Bazaraa, M. S., Sherali, H. D. and Shetty, C. M. (2013). Nonlinear programming: Theory and Algorithms. Wiley.
Boyd, S. P. and Vandenberghe, L. (2004). Convex optimization. Cambridge university press.
Brandimarte, P. (2011). Quantitative Methods: An Introduction for Business Management. Wiley.
Eiselt, H. A. and Sandblom, C. L. (2012). Operations Research: A Model-Based Approach (2nd edition). Springer.
Heyman, D. P. and Sobel, M. J. (1984). Stochastic Models in Operations Research. McGraw Hill.
Hillier, F. S. (1990). Introduction to Operations Research. Tata McGraw Hill Education.
Taha, H. A. (2010). Operations Research: An Introduction (9th edition). Prentice Hall.
Winston, W. L. (2003). Operations Research: Applications and Algorithms (4th edition). Cengage Learning.



تصمیم‌گیری برای مدیران (۱۰۲۲)		عنوان فارسی درس
Decision Making for Managers		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس کسب مهارت در زمینه تصمیم‌گیری پیچیده و پیشرفته کسب‌وکار، آشنایی با ابزارهای متنوع تصمیم‌گیری، آشنایی با خطاهای تصمیم‌گیری و چالش‌های روانشناختی پیش‌روی تصمیم‌گیری است.

سرفصل درس:

- تصمیم‌گیری در شرایط اطمینان
- تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی
- تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت
- تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز
- تصمیم‌گیری چندمعیاره
- تصمیم‌گیری چندهدفه
- تصمیم‌گیری فازی
- مدل‌سازی تصمیم در صفحه گسترده
- کاربرد مدل‌های بهینه‌سازی در تصمیم‌گیری
- فنون تصمیم‌گیری گروهی
- روش‌های دستیابی به اجماع
- روش‌های رای‌گیری
- خطاهای رایج در تصمیم‌گیری
- فنون مقابله با خطاهای رایج در تصمیم‌گیری
- تصمیم‌گیری از منظر اندیشه‌های اسلامی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اعتبار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- اصغرپور، محمدجواد (۱۳۷۵). تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه. دانشگاه تهران.
- اصغرپور، محمدجواد (۱۳۹۰). تصمیم‌گیری و تحقیق در عملیات مدیریت. دانشگاه تهران.
- اولسن، دیوید (۱۳۸۷). روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره. ترجمه علی خاتمی فیروزآبادی مرتدیز، مدیران امروز.



تسلیمی، محمدسعید (۱۳۹۰). تحلیل فرایندی خطامشی گذاری و تصمیم گیری. سمت.
ساعتی، توماس ال (۱۳۷۸). تصمیم سازی برای مدیران. سازمان مدیریت صنعتی.

Balakrishnan, N., Render, B. and Stair, R. M. (2012). *Managerial Decision Modeling with Spreadsheets*. Prentice Hall.

Bazerman, M. H. (2005). *Judgment in Managerial Decision Making*. Wiley.

Harvard Business Review. (2011). *Making Smart Decisions*. Harvard Business Review Press.

Murty, K. G. (2010). *Optimization for Decision Making: Linear and Quadratic Models*. Springer.

Simon, H. A. (1976). *Administrative Behavior: A Study of Decision Making Processes in Administrative Organization* (3rd edition). Free Press.

Towler, M. and Keast, S. (2009). *Rational Decision Making for Managers: An Introduction*. Wiley.

Van Leeuwen, M. and Terhurne, H. (2010). *Innovation by Creativity: Fifty One Tools for Solving Problems Creatively*. Ecademy Press.



توسعه پایدار و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی (۱۰۲۳)		عنوان فارسی درس	
Sustainable Development and Corporate Social Responsibility		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم رشد و توسعه با در نظر گرفتن منافع عمومی، اخلاق و حفاظت از محیط زیست است.

سرفصل درس:

- معرفی رشد و توسعه (تاریخچه و فلسفه)
- اصول و مبانی توسعه پایدار (انواع مدل‌ها در این زمینه)
- اصول و مبانی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (انواع رویکردها، روش‌ها و مدل‌های پیشنهادی)
- مدیریت توسعه پایدار در سازمان‌ها (سازمان‌های خصوصی، دولتی، غیر انتفاعی، نظارتی، B2B و غیره: تفاوت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مدیریت مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (نتایج و تاثیرات)
- انتقادات، ظرافت‌ها و ویژگی‌ها
- آشنایی با ظرافت‌ها، فاکتورهای موفقیت و شکست
- مدیریت اخلاقی و توسعه (تئوری‌های ذی‌نفعان)
- مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی
- توسعه و مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی (یکپارچگی و هماهنگی)
- مطالعات موردی
- آخرین تحولات قانونی در این حوزه‌ها
- مدیریت توسعه پایدار در ایران (فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی در ایران (فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مسئولیت‌پذیری اجتماعی و تربیت اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۹۱). توسعه پایدار، سمت.
 Bossel, H. (1999). Indicators for Sustainable Development: Theory, Method, Applications. Winnipeg, Canada: International Institute for Sustainable Development.

- Crowther, D. and Aras, G. (2008). Corporate Social Responsibility. Bookboon.
- Hay, B. L., Stavins, L. N. and Vietor, R. H. K. (2005). Corporate Social Responsibility. Environmental Protection and the Social Responsibility of Firms: Perspectives from Law, Economics, and Business. Routledge.
- ISO. (2012). Guidance on Social Responsibility.
- Kotler, P. and Lee, N. (2011). Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause. Wiley.
- Neureiter, M. (2004). Corporate Social Responsibility. Linde.
- Ostrom, E., Schroeder, L. and Wynne, S. (1993). Institutional Incentives and Sustainable Development: Infrastructure Policies in Perspective. Westview Press.
- SAI. (2001). Social Accountability 8000 International Standards.
- Vogel, D. (2006). The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility. Brookings Institution Press.



توسعه و پیشرفت اسلامی (۱۰۲۴)		عنوان فارسی درس
Islamic Development and Progress		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم توسعه و پیشرفت با در نظر گرفتن منافع عمومی، اخلاق و مبانی اسلامی است.

سرفصل درس:

- ماهیت توسعه و پیشرفت اسلامی
- اصول و ویژگی‌های توسعه و پیشرفت از دیدگاه اسلام
- پیشرفت و عدالت
- پیشرفت و تمدن در اندیشه اسلامی
- بررسی تاریخچه توسعه و پیشرفت اسلامی
- مکاتب رشد، توسعه و پیشرفت با رویکرد تطبیقی
- سلامت اقتصادی و روال‌های فسادگریزی
- اقتصاد دانش‌بنیان، شبکه ملی نوآوری، تولید درون‌زا
- ابعاد فرهنگی، ساختاری و دیپلماسی در توسعه و پیشرفت اسلامی
- اتحاد اقتصادی با کشورهای منطقه (مدیریت صادرات و واردات بر مبنای انتخاب شرکای تجاری)
- ارزیابی زیرساخت‌های حیاتی و درآمدی کشور
- اقتصاد مبتنی بر کالاهای استراتژیک و فناوری‌های ارزش‌افزا
- تحریم و راه‌های مقابله با آن در جمهوری اسلامی
- تعاملات منطقه‌ای و بین‌المللی
- تحلیل اقتصاد بدون وابستگی به درآمدهای ناشی از فروش نفت و گاز
- الگوی مصرف بهینه و مبارزه با اسراف، تبذیر و تجمل
- چگونگی حذف ارز واسط از مبادلات تجاری
- الگوی برنامه‌ریزی پیشرفت ارزش‌بنیان



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- اخترشهر، علی (۱۳۸۶). اسلام و توسعه. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- آجرلو، اسماعیل (۱۳۹۱). توسعه اجتماعی و اندیشه اسلامی با تأکید بر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. دانشگاه امام صادق (ع).
- زید، شارل و ریست، شارل (۱۳۷۹). تاریخ عقاید اقتصادی. ترجمه کریم سنجابی. دانشگاه تهران.
- عادل، افشین (۱۳۸۸). ضرورت تبیین الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت کشور. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.
- علی احمدی، علیرضا (۱۳۹۰). پیش‌درآمدی بر طراحی الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت. تولید دانش.
- قاضی نوری، سیدسپهر و قاضی نوری، سیدسروش (۱۳۹۱). مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری علم، فناوری و نوآوری، دانشگاه تربیت مدرس.
- مولانا، حمید (۱۳۹۰). پیشرفت و تعالی: گذر از نوگرایی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- میرمعزی، سیدحسین (۱۳۸۸). فلسفه علم اقتصاد اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Hawting, G. R. (2006). The Development of Islamic Ritual (The Formation of the Classical Islamic World). Variorum.



حاکمیت شرکتی (۱۰۲۵)		عنوان فارسی درس	
Corporate Governance		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا شدن با مفاهیم و مبانی حاکمیت شرکتی (نظام راهبردی شرکتی)، فرایند و قوانین واردات و صادرات و کسب مهارت در درک اصطلاحات حقوقی تجارت بین الملل است.

سرفصل درس:

- مفاهیم و مبانی کلیدی حاکمیت شرکتی
- حاکمیت شرکتی و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت
- حاکمیت شرکتی و اخلاق
- حاکمیت شرکتی و نظام های حسابداری
- حاکمیت شرکتی و نظارت مالی
- حقوق سهام داران و کارکردهای مالکیتی کلیدی
- رفتار عادلانه با سهام داران
- نقش ذی نفعان در راهبری شرکتی
- مختصات هیات مدیره کارآمد
- مسئولیت های هیئت مدیره
- کمیته های هیات مدیره
- حاکمیت شرکتی و بازار سرمایه
- کنترل های داخلی، حسابرسی
- قانون تجارت و قانون بازار اوراق بهادار
- نقش و انواع کمیته ها (مثل کمیته انتصابات، کمیته ریسک هیات مدیره)
- نظام جبران خدمات اعضای هیات مدیره
- بررسی حاکمیت شرکتی در یک شرکت معتبر خارجی
- بررسی حاکمیت شرکتی در یک شرکت معتبر داخلی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

بورس اوراق بهادار تهران، آیین نامه نظام راهبری شرکتی بورس.

Benn, S. and Dunphy, D. (2006). Corporate Governance and Sustainability: Challenges for Theory and Practice. Routledge.

Harvard Business Review. (2000). Corporate Governance. Harvard Business Press

Larcker, D. and Tayan, B. (2011) Corporate Governance Matters: A Closer Look at Organizational Choices and Their Consequences. Pearson Education.

Monks, R. A. G. and Minow, N. (2011) Corporate Governance (5th edition). Wiley.

Solomon, J. (2010). Corporate Governance and Accountability. Wiley.

Steger, U. and Amann, W. (2008). Corporate Governance: How to Add Value. Wiley.



حقوق کسب و کار (۱۰۲۶)		عنوان فارسی درس	
Business Law		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا شدن با مفاهیم و مبانی حقوقی کسب و کار، آگاهی از قوانین حاکم بر محیط کسب و کار ایران، مهارت در درک اصطلاحات حقوقی و مهارت در تعامل با نهادهای حقوقی و قانونی است.

سرفصل درس:

- مفهوم شناسی حقوق کسب و کار
- آشنایی با قوانین کار
- قوانین کار و الزامات آن برای کسب و کارهای فعال در ایران
- مبانی قانون تجارت
- قانون تجارت-اسناد تجاری
- قانون تجارت-مالکیت
- قانون تجارت-انواع شرکت، شخص حقوقی
- قانون تجارت-مباحث ورشکستگی
- نظام های تامین سرمایه و بورس
- حقوق مالکیت معنوی
- قوانین مالیاتی و گمرکی در ایران
- قوانین سرمایه گذاری خارجی در ایران
- قوانین تامین مالی در ایران (سندوق های سرمایه گذاری-اوراق مشارکت-صکوک)
- قوانین مصوب نهادهای قانونی ناظر بر کسب و کار (قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، قوانین مناطق آزاد تجاری، قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری و غیره)
- مباحث منتخب حقوق اسلامی در حوزه کسب و کار



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

اسکینی، ربیعا (۱۳۹۱). حقوق تجارت: شرکت‌های تجاری (جلدهای اول و دوم). سمت.
عرفانی محمود (۱۳۸۶). حقوق تجارت: حقوق بیمه، حقوق بانکی، مقررات ارزی و اعتبارات اسنادی، بورس اوراق بهادار، شرکت‌های دولتی در مشارکت بازرگانی، حقوق ایران و فرانسه. میزان.
گمرک جمهوری اسلامی ایران، قانون امور گمرکی و آیین‌نامه اجرایی آن.
مجلس شورای اسلامی، قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار.
مجلس شورای اسلامی، قانون بورس و اوراق بهادار.
مجلس شورای اسلامی، قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری.
مجلس شورای اسلامی، قانون نظام جامع مالیاتی.

Goode, R. M. (2010). Commercial Law (4th edition). Penguin Books.

Sealy, L. S. and Hooley, R. J. A. (2008). Commercial Law: Text, Cases, and Materials (4th edition). Oxford University Press.

Twomey, D. P. and Jennings, M. (2013). Business Law: Principles for Today's Commercial Environment. Cengage Learning.

Warren, W. D. and Walt, S. D. (2010). Commercial Law (8th edition). Foundation Press.

Whaley, D. J. (2008). Problems and Materials on Commercial Law (9th edition). Aspen Publishers.



رهبری در سازمان (۱۰۲۷)		عنوان فارسی درس	
Leadership in Organizations		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	نوع واحد:
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با رویکردهای علمی اثربخشی رهبری در سطوح فردی، گروهی و سازمانی به منظور قادر ساختن دانشجویان به ارزیابی نقادانه و کاربرد چنین رویکردهایی است. انتظار می‌رود در پایان این دوره دانشجویان دانش و مهارت‌های کاربردی لازم برای رهبری، نفوذ و مربیگری دیگران را کسب کرده باشند.

سرفصل درس:

- بررسی مبانی روانشناختی رهبری (نظریه‌های رهبری)
- پویایی‌های روابط میان رهبران و پیروان
- ویژگی‌ها و شایستگی‌های رهبران اثربخش
- سبک‌های رهبری سازمانی
- رهبری استراتژیک
- منابع قدرت و نفوذ رهبران (جنبه‌های سیاسی فعالیت رهبران)
- مدل تصمیم‌گیری هنجاری رهبران مشارکتی
- رهبری کاربزماتیک و تحول‌آفرین
- خودشیفتگی در رهبران
- رهبری خود و خودکنترلی
- رهبری اخلاقی، بصیر و خدمت‌گزار
- رهبری تیمی و رهبری اشتراکی
- رهبری و مربیگری
- راهکارهای افزایش موفقیت زنان در رهبری
- مطالعات گلوب در زمینه رهبری
- بررسی وضعیت رهبری در ایران از منظر گلوب
- رهبری از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

- افجهای، سیدعلی اکبر (۱۳۹۰). رهبری سازمانی. سازمان مدیریت صنعتی.
- افجهای، سیدعلی اکبر (۱۳۹۰). مبانی فلسفی و تئوری‌های رهبری و رفتار سازمانی. سمت.
- یوکل، گری (۱۳۹۰). مدیریت و رهبری در سازمان‌ها. ترجمه محمد ازگلی و قاسم قنبری. دانشگاه امام حسین.
- Abbasi, A. S. (2011). Role of Islamic Leadership in Value Based Corporate Management: Islamic Leadership and Corporate Management. Lap Lambert Academic Publishing.
- Beekun, R. I. and Badawi, J. A. (1999). Leadership: An Islamic Perspective. Amana Pubns.
- Daft, R. (2010). The Leadership Experience (5th edition). Thomson.
- Goffee, R. and Jones, G. (2006). Why Should Anyone Be Led by You?. Harvard Business School Press.
- Howell, J. P. and Costley, D. L. (2005). Understanding Behaviors for Effective Leadership. Prentice Hall.
- Northouse, P. G. (2012). Leadership, Theory and Practice (6th edition). Sage.
- Yukl, G. A. (2009). Leadership in Organizations (7th edition). Prentice Hall.



رهبری و مدیریت تغییر با رویکرد اسلامی (۱۰۲۸)		عنوان فارسی درس
Leadership and Change Management: An Islamic Approach		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم رشد و تحول در اسلام، تسلط بر روش‌ها و شیوه‌های رشد و تحول سرمایه انسانی و توانمندسازی و اصلاح رفتار سرمایه انسانی با رویکرد تطبیقی (اسلام و معاصر) است.

سرفصل درس:

- نظریه رشد شهید مطهری و رابطه آن با رهبری و مدیریت اسلامی
- نظریه تحول در اسلام و تفاوت‌های آن با رشد، تعالی، سیرورت و غیره در عرصه مدیریت و رهبری
- ویژگی‌های مدیریت حق‌مدار علی (ع)
- بررسی رابطه رشد و تعالی سرمایه‌های انسانی با پیشرفت کسب و کارها
- فنون اصلاح رفتار سازمانی برای بهبود عملکرد، افزایش بهره‌وری و سیرورت مستمر منابع انسانی
- توانمندسازی سرمایه انسانی با رویکرد تطبیقی و رابطه آن با عدالت اجتماعی اسلام
- تاثیر اعتقادات و اخلاق اسلامی در تحول در سرمایه‌های انسانی
- ساخت‌های تربیتی و نقش معنویت در رشد و تحول سرمایه انسانی
- بصیرت‌آفرینی، خودسازی، تزکیه نفس، اراده‌پروری و آثار آن در مدیریت
- هدف نظام هستی: رشد و بالندگی انسان و سیرورت مستمر احاد جامعه
- مفهوم قرب و به خدا رسیدن و تبیین مصادیق آن در کسب و کار
- موانع و چالش‌های رشد و سیرورت احاد جامعه
- عوامل تسریع رشد در چرخه عمر بشری
- فرق توسعه و پیشرفت و تعالی و نقش رشد در تعالی جامعه
- جایگاه رشد، اخلاق و معنویت در سازمان و مسئولیت مدیران و رهبران در این راستا
- مسئولیت انسان و جامعه در زمینه رشد و تعالی و ضرورت تعالی فرد و جامعه
- ارتباط انسان با امکانات هستی و تبیین مدیریت رشد و تعالی
- مدیریت تغییر و ضرورت بصیرت منابع انسانی برای مسئولیت‌پذیری در قبال ایجاد و مدیریت تغییر
- نقش رهبری تحول‌آفرین در دستیابی به اهداف، راهبردها و برنامه‌های تحول‌آفرین سازمانی
- تلفیق نقش رهبران تحول‌آفرین با ایفای نقش رصد و کنترل راهبردی تا عملیاتی



روشن ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

- پورعزت، علی اصغر (۱۳۸۸). مختصات حکومت حق مدار در پرتو نهج البلاغه امام علی (ع). انتشارات علمی فرهنگی.
- پورعزت، علی اصغر (۱۳۹۰). عهدنامه امیر (ع): جان مایه خرد معنوی در حکمرانی و سنت انبیاء. دانشگاه امام صادق (ع).
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۵). اخلاق کارگزاران در حکومت اسلامی. مرکز نشر فرهنگی رجاء.
- خمینی، روح الله (۱۳۷۳). اخلاق کارگزاران در کلام خمینی ره. بنیاد مستضعفان.
- دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۷۷). حکومت حکمت. خانه اندیشمندان جوان.
- Abbasi, A. S. (2011). Role of Islamic Leadership in Value Based Corporate Management: Islamic Leadership and Corporate Management. Lap Lambert Academic Publishing.
- Ahmad, Sh. And Gazdar, M. (2009). The Inspired Manager: 40 Islamic Principles for Successful Management. Hothive Books.
- Ali, A. (2005). Islamic Perspectives on Management and Organization (New Horizons in Management). Edward Elgar Pub.
- Beekun, R. I. and Badawi, J. A. (1999). Leadership: An Islamic Perspective. Amana Pubns.



روش های تحقیق کسب و کار (۱۰۲۹)		عنوان فارسی درس
Business Research Methods		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعات: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و پیاده سازی انواع روش های تحقیق است. با توجه به اهمیت روش تحقیق، نه تنها در تحقیقات علمی و پژوهشی، بلکه در انواع تحقیقات و تنظیم گزارشات و مکاتبات، آشنایی دانشجویان با انواع روش ها و رویکردهای تحقیق بسیار کلیدی است.

سرفصل درس:

- معرفی روش تحقیق، تاریخچه و فلسفه
- آشنایی با مفاهیم پایه ای روش تحقیق
- روش های تحقیق کیفی
- روش های تحقیق کمی
- روش های تحقیق ترکیبی
- اعتبارسنجی انواع روش های تحقیق
- روش های نمونه گیری کمی و کیفی
- کاربردهای انواع روش تحقیق در کسب و کار
- روش پیمایشی، روش مطالعه موردی، روش نظریه داده بنیاد
- آشنایی با تحقیقات بازاریابی و مالی
- اصول و تکنیک های تهیه گزارشات (فنی، مالی، بازاریابی)
- روش های ارائه گزارشات تحقیق
- اصول ارائه کلامی گزارشات و تحقیقات (نکات موفقیت و شکست ارتباط و انتقال مفاهیم مؤثر)
- آخرین تحولات و پیشرفت ها در حوزه روش تحقیق (به ویژه آخرین تحولات فناورانه)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

الوانی، سیدمهدی، آذر، عادل و دانایی فرد، حسن (۱۳۹۰). روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. انتشارات صفار-اشراقی. بازرگان، عباس، سرمد، زهره و حجازی، الهه (۱۳۹۰). روش های تحقیق در علوم رفتاری. آگاه.

- دانایی فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی و آذر، عادل (۱۳۹۱). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. انتشارات صفار-اشراقی. سکاران، اوما (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق در مدیریت. ترجمه محمد صائبی و محمود شیرازی. مرکز آموزش مدیریت دولتی. کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان (۱۳۸۵). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. نشر توتی. نیومن، لاورنس (۱۳۹۰). روش‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی. ترجمه ابوالحسن فقیهی و عسل آغاز. انتشارات ترمه.
- Blumberg, B., Cooper, D. R. and Schindler, P. S. (2008). Business Research Methods. McGraw Hill.
- Bryman, A. and Bell, E. (2007). Business Research Methods. Oxford University Press.
- Celsi, M. W., Money, A. H., Samouel, P. and Page, M. J. (2011). Essentials of Business Research Methods. ME Sharpe.
- Creswell, J. W. and Clark, V. L. P. (2010). Designing and Conducting Mixed Methods Research. Sage.
- Gummesson, E. (1999). Qualitative Methods in Management Research. Sage.
- Zikmund, W. G., Carr, J. C. and Griffin, M. (2012). Business Research Methods. CengageBrain.



روش‌های حل مساله (۱۰۳۰)		عنوان فارسی درس
Problem Solving Methods		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس کسب مهارت در زمینه تصمیم‌گیری و حل مساله برای مدیران و مشاوران کسب و کار، آشنایی با ابزارهای متنوع تعریف و حل مساله فردی و گروهی، تسلط بر ابزارها و فنون مراحل مختلف حل مساله است.

سرفصل درس:

- مهارت شناخت و تعریف مساله
- تفکر ارزشی (Value Focused Thinking) و هدف‌گذاری
- فنون ساده تحلیل مساله (استخوان ماهی و چرا-چرا)
- فنون پیشرفته تحلیل مساله (مدل‌سازی ساختاری تفسیری)
- روش دلفی
- تفکر خلاق و گزینه‌سازی
- فنون تفکر خلاق (طوفان فکری، گروه اسمی، تریز)
- فنون مختلف ارزیابی گزینه‌ها
- انتخاب گزینه برتر
- فنون حل مساله گروهی و روش‌های دستیابی به اجماع
- شش کلاه تفکر
- روش‌های رای‌گیری
- تفکر موشکافانه (انتقادی)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

امیرحسینی، خسرو، مخاطب، محمد (۱۳۹۰). مهارت اساسی حل مساله. عارف کامل.
 ریچارد، چانگ (۱۳۷۸). گام به گام تا حل مساله: راهنمای عملی برای دستیابی به حل مساله. برای فردا.
 هیگینز، جیمز (۱۳۸۸). ۱۰۱ تکنیک حل خلاق مساله (راهنمای اندیشه نو کسب و کار). ترجمه محمود احمدپور داریانی. امیرکبیر.
 Altier, W. J. (1999). The Thinking Manager's Toolbox: Effective Processes for Problem Solving and Decision Making Hardcover (2nd edition). Oxford University Press.
 Fisher, A. (2011). Critical thinking: An introduction. Cambridge University Press.

Hammond, J. S., Keeney, R. L. and Raiffa, H. (2002). Smart Choices: A Practical Guide to Making Better Decisions. Crown Business.

Harvard Business School Press. (2008). Making Decisions. Harvard Business School Press.

Isaksen, S. G., Dorval, K. B. and Treffinger, D. J. (2010). Creative Approaches to Problem Solving: A Framework for Innovation and Change (3rd edition). Sage.

Proctor, T. (2010). Creative Problem Solving for Managers: Developing Skills for Decision Making and Innovation (3rd edition). Routledge.

Treffinger, D. J., Isaksen, S. G. and Stead-Dorval, K. B. (2005). Creative Problem Solving: An Introduction. Prufrock Press

Van Leeuwen, M. and Terhurne, H. (2010). Innovation by Creativity: Fifty One Tools for Solving Problems Creatively. Academy Press.

Weiss, A. E. (2011). Key Business Solutions: Essential Problem-Solving Tools and Techniques That Every Manager Needs to Know. Financial Times Press.



سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱)		عنوان فارسی درس
Management Information Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با انواع سیستم‌های اطلاعاتی، کاربرد و مدیریت آن‌ها است. در این درس دانشجویان با مفاهیم توسعه یک سیستم اطلاعاتی، فرایند توسعه آن و نحوه پیاده‌سازی و پشتیبانی سیستم‌ها آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- مفهوم مدیریت سیستم‌های اطلاعاتی
- اهمیت و اهداف سیستم‌های اطلاعاتی
- شغل‌های مهم و شرح وظایف آن‌ها
- استفاده استراتژیک از سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات
- برنامه‌ریزی استراتژیک برای توسعه سیستم‌های اطلاعاتی
- برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه سیستم‌های اطلاعاتی
- مدیریت منابع اطلاعاتی
- موردکاوی‌های برای معرفی سیستم‌های اطلاعاتی
- مدیریت عملیات سیستم‌های اطلاعات
- مدیریت موارد اساسی در توسعه یک سیستم
- پشتیبانی تصمیم‌گیری
- پشتیبانی همکاری و کار گروهی
- پشتیبانی فعالیت دانش‌محور
- چالش‌های آینده

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به انتخاب مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۹۰). تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها (مبانی سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت). دانشگاه علامه طباطبائی.
- Laudon, K. C. and Laudon, J. P. (2013). Management Information Systems (13th edition). Prentice Hall.
- Laudon, K. C. and Laudon, J. P. (2012). Essentials of Management Information Systems (10th edition). Prentice Hall.

- McLeod Jr, R. and Schell, G. (2006). Management Information Systems. Prentice Hall.
McNurlin, B., Sprague, R. and Bui, T. (2008). Information Systems Management (8th edition). Prentice Hall.
Sprague, R. H. and McNurlin, B. C. (2009). Information Systems Management in Practice. Prentice Hall.



فضای کسب و کار در ایران (۱۰۳۲)		عنوان فارسی درس
Business Environment in Iran		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفهوم و اهمیت محیط کسب و کار، درک وضعیت ایران از منظر شاخص‌های محیط کسب و کار، تسلط به فنون تحلیل محیط کسب و کار و طراحی راهبردهای مرتبط است.

سرفصل درس:

- آشنایی با شاخص‌های جهانی سنجش فضای کسب و کار
- آشنایی با مولفه‌های شاخص سهولت کسب و کار
- جایگاه جهانی ایران در شاخص سهولت کسب و کار
- تاثیر محیط کسب و کار بر هزینه تولید و هزینه مبادلات
- تاثیر محیط کسب و کار بر رقابت پذیری
- تاثیر محیط کسب و کار بر شیوع اقتصاد غیررسمی، زیرزمینی و سیاه
- آگاهی از متغیرهای اقتصاد کلان موثر بر کسب و کارها
- آگاهی از متغیرهای زیرساخت حقوقی و قانونی موثر بر کسب و کارها
- آگاهی از متغیرهای اجتماعی-فرهنگی موثر بر کسب و کارها
- آگاهی از متغیرهای امنیتی موثر بر کسب و کارها
- آگاهی از متغیرهای سیاسی و بین‌المللی موثر بر کسب و کارها
- مدیریت محیط کسب و کار
- تکنیک‌های تحلیل متغیرهای محیطی و تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدات
- طراحی راهبردهای سازمانی در قبال متغیرهای محیط کسب و کار

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

بانک جهانی، گزارش‌های سالانه محیط کسب و کار.
شیرکوند، سعید (۱۳۹۰). بررسی عوامل موثر در بهبود فضای کسب و کار در ایران. واحد آموزش و اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران.
مرکز پژوهش‌های مجلس، گزارش‌های فصلی سنجش محیط کسب و کار ایران.



میدری، احمد و قودجانی، اصلاان (۱۳۸۷). سنجش و بهبود محیط کسب و کار. جهاد دانشگاهی واحد تهران.

Craig, T. and Campbell, D. (2005). *Organisations and the Business Environment*. Routledge.

Baron, D. P. (2012). *Business and Its Environment* Prentice (7th edition). Prentice Hall.

Kew, J. and Stredwick, J. (2005). *Business Environment: Managing in a Strategic Context*. CIPD Publishing.



مدیریت از منظر اسلام (۱۰۳۳)		عنوان فارسی درس	
Management from an Islamic Perspective		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
		نوع واحد: عملی	
		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم، کلیات و اصول و مبانی مدیریت کسب و کار در اسلام و مقایسه آن با سایر مکاتب متعارف مدیریت است. همچنین دانشجویان با وظایف مدیریتی، نقش‌های مدیریتی و انواع رویکردهای سازمانی از منظر اسلام آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- مفهوم و تاریخ مدیریت در اسلام
- مکاتب مدیریت کلاسیک و نئوکلاسیک (مکتب سیستم‌ها، مکتب اقتصادی، مکتب مدیریت اسلامی)
- مفروضات مدیریت اسلامی (مانند معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی، ارزش‌شناسی، انسان‌شناسی، خدانشناسی، وحی‌شناسی، معادشناسی و جامعه‌شناسی و مقایسه با مبانی مدیریت در غرب)
- مبانی حقوقی و مشروعیت مدیریت اسلامی
- مبانی حکومت اسلامی و ولایت فقیه در قانون اساسی (مشروعیت، مقبولیت/ اتصالی یا انتخابی بودن / موقت یا دائم‌الممر بودن / عصمت یا مرجعیت علمی)
- اصول و وظایف عام مدیران در سازمان‌ها (مانند هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی، سازماندهی، تخصیص منابع و غیره)
- نقش‌های مدیریتی (نقش تصمیم‌گیری، نقش هماهنگی، نقش اطلاع‌رسانی، نقش عدالت‌خواهی، نقش رهبری)
- ویژگی‌های ایجابی مدیر اسلامی (شناخت خویش، سبب داشتن، آگاه بودن، وارسته بودن، عاقبت‌اندیش بودن، خلایق و نوآوری، بخشنده و باگذشت بودن و غیره)
- ویژگی‌های سلبی مدیر اسلامی (ترسو بودن، عصبانیت، بخیل بودن، ذهن‌بینی، بی‌تقوایی، تعصب و غیره)
- آشنایی با ویژگی‌های سلبی و ایجابی مدیریت و رهبری امام خمینی (ره)
- مدیریت اسلامی در اندیشه امام علی (ع)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- امیری، علی نقی و عابدی جعفری، حسن (۱۳۹۱). مدیریت اسلامی، رویکردها، سمت.
 پورعزت، علی اصغر (۱۳۹۰). عهدنامه امیر (ع): جان مایه خرد معنوی در حکمرانی و سنت انبیاء. دانشگاه امام صادق (ع).
 شفیعی، علی (۱۳۸۷). سبک رهبری خمینی (ره). مرکز تحقیقات حوزه و دانشگاه.
 علی احمدی، علیرضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۲). مبانی و اصول مدیریت اسلامی. تولید دانش.

علی احمدی، علیرضا و علی احمدی، حسین (۱۳۸۴). مدیریت ارزشی با تکیه بر ارزش‌های اسلامی، تولید دانش. قوامی، سیدمصمصام‌الدین (۱۳۸۳). مدیریت از منظر کتاب و سنت. دبیرخانه مجلس خبرگان رهبری. نبوی، محمد حسن (۱۳۸۸). مدیریت اسلامی. حوزه علمیه قم.

Abbasi, A. S. (2011). Role of Islamic Leadership in Value Based Corporate Management: Islamic Leadership and Corporate Management. Lap Lambert Academic Publishing.

Ahmad, Sh. and Gazdar, M. (2009). The Inspired Manager: 40 Islamic Principles for Successful Management. Hothive Books.

Ali, A. (2005). Islamic Perspectives On Management And Organization: New Horizons in Management. Edward Elgar Pub.

Beekun, R. I. and Badawi, J. A. (1999). Leadership: An Islamic Perspective. Amana Pubns.



مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		عنوان فارسی درس	
Project Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس کسب توانایی در مدیریت پروژه‌ها است که در آن دانشجویان با مفهوم پروژه، اجزای یک پروژه، نیازمندی‌های یک پروژه، مدیریت فعالیت‌ها، مدیریت هزینه، مدیریت کیفیت، مدیریت منابع انسانی و سخت‌افزاری، مدیریت ریسک، مدیریت خرید و خدمات و غیره آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر مدیریت پروژه
- روش‌شناسی و استانداردهای مدیریت پروژه
- چرخه عمر یک پروژه و سازماندهی آن
- فرایندهای مدیریت پروژه
- مدیریت یکپارچه پروژه
- مدیریت حوزه‌های مختلف پروژه
- مدیریت زمان پروژه
- مدیریت هزینه پروژه
- مدیریت ارتباطات پروژه
- مدیریت کیفیت پروژه
- مدیریت ریسک پروژه
- مدیریت منابع انسانی پروژه
- مدیریت خرید و تدارکات پروژه
- تعهدات حرفه‌ای و اجتماعی در پروژه
- نرم‌افزارهای مدیریت پروژه
- مدیریت دانش پروژه

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪



منابع:

- مارتین ، پائولو و تیت، کارن (۱۳۸۲). مدیریت پروژه. ترجمه محسن ذکائی آشتیانی. آدینه.
- مردیت، جک و مانتل، ساموئل (۱۳۷۸). مدیریت پروژه. ترجمه عباس کجالزاده. نشر دانشگاهی.
- عاصمی‌پور، محمدجواد (۱۳۹۱). مدیریت پروژه. سمت.
- Bentley, C. (2009). PRINCE2: A Practical Handbook. Routledge.
- Chin, G. (2004). Agile Project Management. Amacon.
- Kerzner, H. R. (2013). Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling. Wiley.
- Mantel, S. J., Meredith, J. R. and Shafer, S. M. (2010). Project Management in Practice (4th edition). Wiley.
- Meredith, J. R. and Mantel, S. J. (2008). Project Management: A Managerial Approach (7th edition). Wiley.
- Project Management Institute. (2013). A Guide to the Project Management Body of Knowledge: PMBOK Guide (5th edition). Project Management Institute.



مدیریت تغییر (۱۰۳۵)		عنوان فارسی درس	
Change Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌تیاژ	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس کسب آگاهی در مورد اصول و میانی مدیریت تغییرات سازمانی بوده و همچنین کسب دانش در مورد ابزارها و تکنیک‌های کاربردی برای مدیریت تغییر (مدیریت تحول) در سازمان‌ها است.

سرفصل درس:

- انواع تغییر در سازمان‌ها
- اصول و الگوهای مدیریت تغییر
- مدیریت مقاومت در برابر تغییر
- تثبیت تغییرات (نهادینه سازی و درونی سازی تغییرات)
- تغییرات فرهنگی
- توسعه سازمانی و جایگاه آن در تئوری و عمل مدیریت تغییر
- توسعه سازمانی، مرحله شناسایی و مشکل‌یابی
- توسعه سازمانی، طراحی مداخلات
- توسعه سازمانی، اجرای مداخلات و یادگیری
- تغییر سازمانی و یادگیری
- تیم سازی و یادگیری تیمی
- توانمندسازی نیروی انسانی
- پویایی تغییر، چالش‌های آغاز و ایجاد تغییر و راهکارهای آن
- پویایی تغییر، چالش‌های پایداری، استمرار و ادامه دادن تغییر و راهکارهای آن
- پویایی تغییر، چالش‌های بازطراحی و استقرار تغییر و راهکارهای آن



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

اندرسون، دین و اندرسون، لینداس اکرم (۱۳۸۷). فراسوی مدیریت تغییر: استراتژی‌های پیشرفته برای مدیران دگرگون ساز امروز. ترجمه میرعلی سیدنقوی، سیدمهدی حسینی مدرسی و حجت محسنی، مهربان نشر.

تسلیمی، محمدسعید (۱۳۹۱). مدیریت تحول سازمانی. سمت.

Bridges, W. (2003). *Managing Transitions: Making the Most of Change* (2nd edition). Perseus Publishing.

Cohen, D. S. (2005). *The Heart of Change Field Guide: Tools and Tactics for Leading Change in Your Organization*. Harvard Business School Press.

Cummings, T. G., Worley C. G. (2008). *Organizational Development and Change* (9th edition). West Publishing.

Kotter, J. P. (1996). *Leading Change* (1st edition). Harvard Business School Press.

Kotter, J. P. and Cohen, D. S. (2002). *The Heart of Change: Real-Life Stories of How People Change Their Organizations* (1st edition). Harvard Business School Press.

Paton, R. A. and McCalman, J. (2008). *Change Management: A Guide to Effective Implementation*. Sage.

Reiss, M. (2012). *Change Management*. Books on Demand.

Senge, P., Kleiner, A., Roberts, C., Ross, R, George Roth, G. and Smith, B. (1999). *The Dance of Change: The Challenges to Sustaining Momentum in Learning Organizations*. Doubleday.



مدیریت دانش (۱۰۳۶)		عنوان فارسی درس	
Knowledge Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مدیریت و به کارگیری دانش برای تصمیم سازی در کسب و کار است. همچنین دانشجویان در این درس با فرایندها و ابزارهای مدیریت دانش آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- مفاهیم ابتدایی مدیریت دانش (انواع دانش، تجربه، مدیریت هوای دانش)
- رویکرد استراتژیک در مدیریت دانش
- تاثیر مدیریت سطوح بالا در مدیریت دانش
- یادگیری سازمانی و ایجاد حافظه سازمانی
- به کارگیری دانش برای تصمیم سازی در کسب و کار
- تدوین نقشه دانش سازمان
- فرایندها و ابزارهای مدیریت دانش
- توسعه سیستم های مدیریت دانش (تاثیر ساختار سازمانی و عوامل فرهنگی)
- فرایندهای کسب و کار و مدیریت دانش
- مدیریت دانش در کسب و کارهای پروژه محور
- انتقال دانش بین صنعت و دانشگاه
- مدیریت دانش در چرخه عمر محصول
- انجمن های خبرگی و مدیریت دانش
- مدیریت دانش ضمنی در سازمان ها
- مدیریت دانش شخصی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

آلن، رادینگ (۱۳۹۱). مدیریت دانش: موفقیت در اقتصاد جهانی مبتنی بر اطلاعات. ترجمه محمدحسین لطیفی. سمت.
 جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۲). مستندسازی تجربیات مدیران (از دیدگاه مدیریت دانش). موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
 سهرابی، بابک و دارمی، هادی (۱۳۹۱). مدیریت دانش (با رویکرد MBA). سمت.

- Anderson, D. and Anderson, L. A. (2002). Beyond Change Management: Advanced Strategies for Today's Transformational Leaders. Wiley.
- Becerra-Fernandez, I. and Sabherwal, R. (2010). Knowledge Management: Systems and Processes. M.E.Sharpe.
- Dalkir, K. (2011). Knowledge Management in Theory and Practice. MIT Press.
- Davenport, T. H. and Prusak, L. (2000). Working knowledge: How Organizations Manage What They Know. Harvard Business School Press.
- Frappaolo, C. (2006). Knowledge Management (2nd edition). Capstone.
- Groff, T. and Jones, Th. (2011). Introduction to Knowledge Management. Routledge.
- Joyce, P. (2000). Strategy in the Public Sector: A Guide to Effective Change Management. Wiley.
- Maier, R. (2007). Knowledge Management Systems: Information and Communication Technologies for Knowledge Management. Springer.
- Maybury, M. T., Morey, D. and Thuraisingham, B. (2002). Knowledge Management: Classic and Contemporary Works. MIT Press.
- Nonaka, I. and Nishiguchi, T. (2001). Knowledge Emergence: Social, Technical, and Evolutionary Dimensions of Knowledge Creation. Oxford University Press.
- Rao, M. (2012). Knowledge Management Tools and Techniques. Routledge.
- Russ, M. (2009). Knowledge Management Strategies for Business Development. IGI Publishing.



مدیریت ریسک (۱۰۳۷)		عنوان فارسی درس	
Risk Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		نوع واحد: عملی	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/>	کارگاه <input type="checkbox"/>
		آزمایشگاه <input type="checkbox"/>	سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با ریسک، فرایندهای مدیریت ریسک و مدیریت ریسک در حوزه‌های مختلف است.

سرفصل درس:

- معرفی درس
- ریسک (معنایی، تعریف و انواع)
- مدیریت ریسک (معرفی، تعریف و اصول)
- ریسک به عنوان تهدید و فرصت
- فرایندهای مدیریت ریسک
- تکنیک‌های شناسایی ریسک
- ارزیابی کمی و کیفی ریسک
- روش‌های مقابله با ریسک
- استراتژی‌های مناسب پاسخ ریسک و اولویت‌بندی آن‌ها
- عوامل انسانی در مدیریت ریسک
- ایجاد برنامه مدیریت ریسک
- نقش مدیریت ریسک در تصمیم‌گیری
- مدیریت ریسک و تداوم کسب و کار
- مدیریت ریسک و بیمه
- مدیریت ریسک مالی
- مدیریت ریسک سازمانی
- مدیریت ریسک در حوزه‌های مختلف
- مدیریت ریسک در شرایط بحران
- آشنایی با استانداردهای مدیریت ریسک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

- قراچورلو، نجف (۱۳۸۴). ارزیابی و مدیریت ریسک. علوم و فنون.
ویلیامز، جسترآتور و هاینر، ریچارد (۱۳۸۵). مدیریت ریسک. ترجمه داور ونوس و حجت الله گودرزی. نگاه دانش.
- DeLoach, J. W. (2000). Enterprise Wide Risk Management: Strategies for Linking Risk and Opportunity. Financial Times Prentice Hall.
- Frenkel, M., Hommel, U. and Rudolf, M. (2005). Risk Management: Challenge and Oportunity. Springer.
- ISO 31000. 2009. Risk Management: Principles and Guidelines. International Standards Organisation.
- McNeil, A. J., Frey, R. and Embrechts, P. (2010). Quantitative Risk Management: Concepts, Techniques, and Tools. Princeton University Press
- Olson, D. L. and Wu, D. D. (2008). Enterprise Risk Management. World Scientific.
- Pritchard, C. L. (2010). Risk Management: Concepts and Guidance (4th edition). ESI international.
- Ramasamy, S., DePryck, J. D. and Battista, F. (2008). Disaster Risk Management Systems Analysis: A Guide Book. Food and Agriculture Organization of the United Nations.



مدیریت فناوری و نوآوری (۱۰۳۸)		عنوان فارسی درس
Technology and Innovation Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی با فرایندهای نوآوری و فناوری، مفهوم چرخه عمر فناوری و مدیریت ایده برای ایجاد چرخه جدید فناوری و مفهوم تجاری سازی فناوری در بازار رقابتی است.

سرفصل درس:

- مقدمه و مروری بر مدیریت فناوری و نوآوری
- منابع و انواع نوآوری ها
- نقش دانش فناورانه و کشش تقاضای بازار در نوآوری
- ورود به بازار (استانداردها و زمانبندی)
- استراتژی فناوری و برنامه ریزی
- نوآوری های بیرونی (همکاری و حق مالکیت معنوی)
- فرایند توسعه محصول تکنولوژیک
- به کارگیری تکنولوژی
- ساختار و فرایند نوآوری
- مهندسی همزمان
- مدیریت نوآوری مبتنی بر فناوری
- مدیریت ایده
- مدیریت توسعه مفهوم و تولید محصول فناورانه
- تجاری سازی
- کارآفرینی دانش بنیان
- مدیریت ریسک در توسعه فناوری
- مدیریت چرخه عمر محصول و فناوری

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪



منابع:

توماس، لوالیه و البریک، تلیه (۱۳۸۵). مدیریت نوآوری. ترجمه منوچهر انصاری و امیرسامان خیرخواه. سازمان مدیریت صنعتی.
تید، جو، برانت، جان و پلوت، کیت (۱۳۹۰). مدیریت نوآوری. ترجمه علیرضا جباری و عباس کحالزاده. نشر دانشگاهی.
جانسن، فلیکس (۱۳۸۳). مدیریت نوآوری. ترجمه علی محمد کمیابگری و مسعود سلیمانزاده. دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
خلیل، طارق (۱۳۹۱). مدیریت تکنولوژی: رمز موفقیت در رقابت و خلق ثروت. ترجمه سیدمحمد اعترایی و داوود ایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

Amabile, T. M. (1996). Creativity and Innovation in Organizations. Harvard Business School.
Batra, P. (2008). Brainstorming for Creativity and Innovation. Macmillan.
Bessant, J. (2007). Innovation and Entrepreneurship. Wiley.
Crawford, C. M. and Di Benedetto, C. A. (2008). New Products Management. McGraw Hill.
Dodgson, M., Gann, D. M. and Salter, A. (2008). The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice. Oxford University Press.
Fagerberg, J. (2006). The Oxford Handbook of Innovation. Oxford University Press.
Schilling, M. A. (2012). Strategic Management of Technological Innovation (4th edition). McGraw Hill.
Trott, P. (2008). Innovation Management and New Product Development. Prentice Hall.



مدیریت کیفیت (۱۰۳۹)		عنوان فارسی درس	
Quality Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت کیفیت، مدیریت کیفیت جامع و استانداردهای مدیریت کیفیت است.

سرفصل درس:

- آشنایی با مفهوم کیفیت
- سیر تاریخی مدیریت کیفیت
- نظریه پردازان مدیریت کیفیت
- ابزارها و تکنیک‌های مدیریت کیفیت
- مدل‌های تعالی سازمان
- بهبود مستمر
- تمرکز بر نیاز مشتری
- سیستم‌های اندازه‌گیری کیفیت
- کنترل فرایند آماری
- تکنیک‌های طراحی آزمایش (ANOVA، تاکوجی)
- سیستم‌های تحلیل شکست
- قابلیت اطمینان
- هزینه‌های کیفیت
- آشنایی با روش‌های پایش کیفیت
- سیستم‌های تضمین کیفیت
- اصول مدیریت کیفیت جامع TQM
- استانداردهای مدیریت کیفیت: (ISO 9001:2000 استاندارد سیستم مدیریت کیفیت، ISO 14001:2004 استاندارد سیستم مدیریت زیست محیطی، OHSAS 18001:2007 استاندارد سیستم‌های مدیریت ایمنی و بهداشت حرفه‌ای)
- مدل‌های بهره‌وری (اندازه‌گیری و روش‌های بهبود بهره‌وری)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
%۲۵	%۵۰	-	%۲۵

منابع:

- حسینی، عباس و میرزابور، حامد (۱۳۹۱). کاربرد سیستم‌های کنترل کیفیت. سمت.
مونت گومری، داکلاس سی (۱۳۷۵). کنترل کیفیت آماری. ترجمه رسول نورالنساء. دانشگاه علم و صنعت.
نجمی، منوچهر (۱۳۸۹). مدل جایزه تعالی EFQM-2010. سرآمد.
- Besterfield, D. H. (2004). Quality Control. Pearson Education India.
Besterfield, D. H., Besterfield-Michna, C., Besterfield, G. H. and Besterfield-Sacre, M. (2003). Total Quality Management. Person Prentice Hall.
British Standard. (2007). OHSAS 18001 Standard: Occupational Health and Safety Management Systems. British Standard.
Evans, J. R. and Lindsay, W. M. (2002). The Management and Control of Quality. Cincinnati.
Goetsch, D. L. and Davis, S. M. (1994). Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness. Merrill.
ISO. (2008). ISO 9000 Standard: Quality management systems.
Krishnamoorthi, K. S. and Krishnamoorthi, V. R. (2011). A First Course in Quality Engineering: Integrating Statistical and Management Methods of Quality. CRC Press.
Patterson, J. G. (1995). ISO 9000 Worldwide Quality Standard. Crisp Publication.
Peach, R. W. (1995). The ISO 9000 Handbook. Irwin Professional Publishing.
Pfeifer, T. (2002). Quality Management. Hanser Verlag.
Pyzdek, T. (2012). The Handbook for Quality Management. Quality Publishing.



مشاوره (۱۰۴۰)		عنوان فارسی درس
Consulting		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد: <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		دروس پیش‌نیاز
-		آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت انواع خدمات و کسب و کارهای مشاوره‌ای است. با توجه به رشد روزافزون انواع صنایع مشاوره‌ای و سهم رو به گسترش این نوع کسب و کارها در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و همچنین ایران، آشنایی دانشجویان با این حوزه و فرصت‌های آن بسیار حائز اهمیت است. در این درس بر یادگیری اصول و فنون مشاوره و راهبری سازمان‌های مشاوره‌ای تأکید شده به نحوی که آموزه‌های آن در بسترها و گرایش‌های مختلف مدیریتی و مهندسی کاربرد داشته باشند.

سرفصل درس:

- معرفی کلی و تعاریف خدمات حوزه مشاوره
- آشنایی با صنعت خدمات مشاوره
- آشنایی با انواع کسب و کارهای خدمات مشاوره
- مدیریت و ویژگی‌های خاص انواع کسب و کارهای مشاوره‌ای
- انواع روش‌ها و رویکردهای عقد قرارداد و قیمت‌گذاری در مشاوره‌ها
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تأثیرگذار بر انواع کسب و کارهای مشاوره‌ای
- روش‌ها و رویکردهای محاسبه، روش تحقیق، تحلیل و ارائه نتایج
- مروری بر ابزارهای الکترونیک در انواع کسب و کارهای مشاوره‌ای
- بازاریابی خدمات مشاوره
- اخلاقی مشاوره، اخلاق حرفه‌ای و مشاوره مدیریت
- مطالعات موردی انواع کسب و کارهای مشاوره‌ای
- آخرین تحولات در کسب و کارهای مشاوره‌ای
- انواع کسب و کارهای خدمات مشاوره (فرصت‌ها، چالش‌ها در ایران)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	مسابقی (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Armbruster, T. (2006). The Economics and Sociology of Management Consulting. Cambridge University Press.
Block, P. (2011). Flawless Consulting: A Guide to Getting Your Expertise. Wiley.

- Friga, P. N. (2008). *The McKinsey Engagement: A Powerful Toolkit for More Efficient and Effective Team Problem Solving*. McGraw Hill.
- Greiner, L. E. and Flemming, P. (2009). *Management Consulting Today and Tomorrow Perspectives and Advice from 27 Leading World Experts*. Routledge Publishing.
- Greiner, L., Olson, T. and Poufelt, F. (2005). *The Contemporary Consultant*. Thomson.
- Kotler, P., Bloom, P. N. and Hayes, T. (2002). *Marketing Professional Services*. Prentice Hall.
- Mckenna, C. D. (2006). *The World's Newest Profession*. Cambridge University Press.



مباحث منتخب (۱۰۴۱)		عنوان فارسی درس
Selected Topics		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مسائل روز در حوزه مدیریت کسب و کار و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



دروس تخصصی گرایش‌ها



پیاده‌سازی استراتژی (۱۴۰۱)		عنوان فارسی درس	
Strategy Implementation		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس کسب مهارت و آگاهی برای پیشبرد استراتژی درون سازمان، مهارت در تبدیل استراتژی به عملیات، محقق کردن استراتژی و آگاهی از چگونگی ایجاد تغییر در سازمان است.

سرفصل درس:

- مباحث جاری سازی/پیاده‌سازی استراتژی در سازمان
- نقشه استراتژی
- سیستم‌های ارزیابی و کنترل عملکرد
- بودجه استراتژیک
- کارت امتیازی متوازن
- اصول و الگوهای کاربردی مدیریت تغییر در جاری سازی استراتژی
- تثبیت تغییرات استراتژیک
- فرهنگ و استراتژی (متناسب سازی استراتژی و فرهنگ)
- ساختار و استراتژی (متناسب سازی استراتژی و ساختار)
- سیستم‌ها و استراتژی (پشتیبانی سیستم‌ها از استراتژی)
- کنترل استراتژیک و مدیریت عملکرد



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- لشکر بلوکی، مجتبی (۱۳۹۱). جاری سازی استراتژی، راهنمای گام به گام پیاده‌سازی استراتژی در عمل. آریانا.
- مورگان، مارک، لویت، ریموند و مالک، ویلیام (۱۳۸۹). اجرای استراتژیک. ترجمه سیدمحمد اعرابی و رحیم زارع. پژوهشکده مدیریت سما.
- Flood, P. C., Dromgoole, T., Carroll, S. and Gorman, L. (2000). Managing Strategy Implementation. Wiley.
- Hrebiniak, L. G. (2005). Making Strategy Work: Leading Effective Execution and Change. Pearson Prentice Hall.

Kaplan, R. S. and Norton, D. (2008). The Execution Premium: Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage, Harvard Business Review Press.

Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (2000). The Strategy-Focused Organization: How Balanced Scorecard Companies Thrive in the New Business Environment. Harvard Business Review Press.

Kaplan, R.S. Norton, D. (2004). Strategy Maps: Converting Intangible Assets into Tangible Outcomes, Harvard Business Review Press.

Kotter, J. P. (1996). Leading Change. Harvard Business School Press.



مدیریت استراتژیک پیشرفته (۱۲۰۲)		عنوان فارسی درس
Advanced Strategic Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنا شدن با دیدگاه‌ها، مکاتب و رویکردهای گوناگون در حوزه دانش استراتژی، آگاهی از تضادها و تناقض‌ها و پارادوکس‌های موجود در ادبیات استراتژی است.

سرفصل درس:

- تفکر استراتژیک
- مکاتب اساسی در مدیریت استراتژیک
- مکاتب تجویزی-مکتب طراحی
- مکاتب تجویزی-مکتب تحلیلی
- مکاتب توصیفی-مکتب یادگیری
- مکاتب توصیفی-مکتب کارآفرینی
- مکاتب توصیفی-مکتب فرهنگی
- مکاتب ترکیبی-مکتب ترکیب‌بندی
- پارادوکس‌های مدیریت استراتژیک
- پارادوکس بازار-منبع
- پارادوکس پیش‌اندیشی-نوظهور
- پارادوکس تکامل در برابر انقلاب
- پارادوکس هم‌افزایی در برابر پاسخگویی
- مفاهیم نوین در حوزه مدیریت استراتژیک پیشرفته
- مدیریت استراتژیک از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

اعرابی، سیدمحمد (۱۳۹۰)، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

پورتر، مایکل (۱۳۹۱). استراتژی رقابتی. ترجمه جهانگیر مجیدی و عباس مهرپویا. تهران رسا.
ماگرتا، جوان و پورتر، مایکل (۱۳۹۱). راهنمای اساسی برای درک مفاهیم رقابت و استراتژی. شناخت مایکل پورتر. ترجمه فرهاد مهمان‌پذیر.
مشاورین خرداد.

Ambrosini, V. and Macmillan, P. (2007). *Advanced Strategic Management: A Multi-Perspective Approach* (2nd edition). Palgrave Macmillan.

De Wit, B. Meyer, R. (2010). *Strategy: Process, Content, Context*. Thomson.

FitzRoy, P., Hulbert, J. and Ghobadian, A. (2012). *Strategic Management: The Challenge of Creating Value*. Routledge.

Fontaine, R. and Ahmad, Kh. (2013). *Strategic Management from an Islamic Perspective: Text and Cases*. Wiley.

Malphurs, A. (2005). *Advanced Strategic Planning: A New Model for Church and Ministry Leaders* (2nd edition). Baker Books.



تفکر استراتژیک و استراتژی در عمل (۱۲۰۳)		عنوان فارسی درس
Strategic Thinking and Strategy in Practice		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد: ۳ تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس کسب مهارت تفکر استراتژیک، آگاهی از الگوها، فرامین و فنون تفکر استراتژیک، فهم یوایی‌ها و پیچیدگی‌های مدیریت استراتژیک در عمل است.

سرفصل درس:

- مفهوم و ماهیت تفکر استراتژیک
- رابطه تفکر استراتژیک با برنامه‌ریزی استراتژیک
- الگوهای تفکر استراتژیک و بصیرت راهبردی
- تفکر استراتژی در سطح فردی
- تفکر استراتژیک در سطح گروهی
- تفکر استراتژیک در سطح سازمانی
- تقویت ظرفیت تفکر استراتژیک در سازمان
- گفتگوهای استراتژیک
- اصول تفکر استراتژیک
- نقش مدیران ارشد، مشاوران و مدیران ستادی در استراتژی
- ریشه‌های شکل‌گیری استراتژی
- قضاوت و شهود مدیریتی در تفکر استراتژیک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

جانسون، جزئی، لتگلی، آن، ملین، لیف و ویتینگتون، ریچارد (۱۳۹۱). شکل‌گیری استراتژی در عمل: مبانی فلسفی، تئوری‌ها و جهت‌گیری‌های پژوهشی. ترجمه حسین رحمان سرشت و شهرام خلیل‌نژاد. انتشارات علمی-لشکرلوکی، مجتبی (۱۳۹۲). فرامین و فنون تفکر استراتژیک. نص. غفاریان، وفا و کیانی، غلامرضا (۱۳۸۴). پنج فرمان برای تفکر استراتژیک. فرا.

Bimbaum, B. (2004). Strategic Thinking: A Four Piece Puzzle. Douglas Mountain Publishing.

- Bruce, A. and Langdon, K. (2000). *Essential Managers: Strategic Thinking*. DK Adult.
- Gavetti, G. and Rivkin, J. W. (2005). *How Strategists Really Think Tapping the Power of Analogy*, HBR.
- Markides, C. (1999). *All the Right Moves: A Guide to Crafting Breakthrough Strategy*. Harvard Business Press.
- Ohmae, K. (2002). *The Mind of The Strategist*. McGraw Hill.
- Rasiel, E. and Friga, P. N. (2001). *The McKinsey Mind: Understanding and Implementing the Problem-Solving Tools and Management Techniques of the World's Top Strategic Consulting Firm*. McGraw Hill.
- Reeves, M., Love, C. and Tillmanns, Ph. (2012). *Your Strategy Needs a Strategy*. Harvard Business Review, 68-75.
- Tovstiga, G. (2013). *Strategy in Practice: A Practitioner's Guide to Strategic Thinking*. Wiley.



کنترل، بودجه‌بندی و مدیریت عملکرد (۱۲۰۴)		عنوان فارسی درس
Control, Budgeting and Performance Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	چهرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس کسب مهارت در زمینه مدیریت عملکرد سازمان و بودجه‌بندی (بودجه‌ریزی)، آگاهی از الگوها و سیستم‌های مدیریت عملکرد و کنترل، کسب توانایی به خدمت گرفتن اهرم‌های کنترل برای جاری‌سازی استراتژی در سازمان است.

سرفصل درس:

- بودجه‌بندی عملیاتی و سرمایه‌ای
- بودجه‌بندی و کنترل
- انواع کنترل
- سیستم‌های اندازه‌گیری و ارزیابی عملکرد
- کاربرد حسابداری و حسابداری مدیریت
- مدیریت عملکرد و یادگیری استراتژیک
- نقش مدیریت عملکرد در سازمان
- کاربرد مدیریت عملکرد و کنترل در جاری‌سازی استراتژی
- انواع اهرم‌های کنترل-کنترل مرزی-تجدیدی
- انواع اهرم‌های کنترل-کنترل پیشی
- انواع اهرم‌های کنترل-کنترل تعاملی
- انواع اهرم‌های کنترل-کنترل تشخیصی
- بررسی نظام بودجه‌بندی در ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- ابراهیمی‌نژاد، مهدی (۱۳۹۱). اصول تهیه و تنظیم و کنترل بودجه. سمت.
 آذر، عادل و امیرخانی، طیبه (۱۳۹۱). بودجه‌ریزی عمومی: نهادهای بودجه‌ریزی و بودجه محلی. سمت.
 Bogsnes, B. (2008). Implementing Beyond Budgeting: Unlocking the Performance Potential. Wiley.
 Kemp, S. (2003). Budgeting for Managers. McGraw Hill.

Simons, R. (2000). Performance Measurement and Control Systems for Implementing Strategy: Text and Cases. Prentice Hall.

Weikart, L. A., Chen, G. G. and Sermier, E. (2012). Budgeting and Financial Management for Nonprofit Organizations. CQ Press.

Zimmerman, J. (2005). Accounting for Decision Making and Control. McGraw Hill.



عنوان فارسی درس		مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی (۱۲۰۵)	
عنوان لاتین درس		Strategic Management in Public and Nonprofit Organizations	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی
		<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
دروس پیش‌نیاز		مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با ماهیت سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی و مردم‌نهاد، تسلط بر برنامه‌ریزی استراتژیک در این سازمان‌ها، تفاوت‌های مدیریت استراتژیک در سازمان‌های دولتی و مردم‌نهاد با سازمان‌های خصوصی است.

سرفصل درس:

- ماهیت سازمان‌های دولتی
- ماهیت سازمان‌های مردمی (مردم‌نهاد و غیرانتفاعی)
- ارزش عمومی
- تحلیل ذی‌نفعان
- تحلیل محیط سازمانی
- تحلیل محیط بیرونی
- تدوین مأموریت
- ماهیت موضوعات استراتژیک
- تکنیک‌های شناخت موضوعات
- تفکیک موضوعات استراتژیک از موضوعات عملیاتی
- ماهیت استراتژی در سازمان‌های دولتی و عمومی
- طراحی استراتژی
- اجرایی کردن استراتژی در سازمان‌های عمومی
- سیاست، مشروعیت و قدرت در سازمان‌های دولتی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان نمر	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

برایسون، جام ام (۱۳۹۰). برنامه‌ریزی استراتژیک برای سازمان‌های عمومی و غیرانتفاعی. ترجمه مهدی خادمی گراشی و قربان برارنیا. آریاناقلم.

Allison, M. and Kaye, J. (2003). Strategic Planning for Nonprofit Organizations: A Practical Guide and Workbook (2nd edition). Wiley.

Bryson, J. M. (2011). Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement. Jossey Bass.

Joyce, P. and Drumaux, A. (2013). Strategic Management in Public Organizations: European Practices and Perspectives. Routledge.

Koteen, J. (1997). Strategic Management in Public and Nonprofit Organizations: Managing Public Concerns in an Era of Limits (2nd edition). Praeger.

Moore, M. H. (1995). Creating Public Value: Strategic Management in Government. Harvard University Press.

Nutt, P. C. and Backoff, R. W. (1992). Strategic Management of Public and Third Sector Organizations: A Handbook for Leaders. Jossey Bass.

Steiss, A. W. (2003). Strategic Management for Public and Nonprofit Organizations. Taylor and Francis.



مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر و هلدینگ (۱۲۰۶)		عنوان فارسی درس	
Strategic Management in Parent and Holding Companies		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با فرایند و چالش‌های شرکت‌های مادر و هلدینگ، کسب توانایی در طراحی و تحلیل فرایند مدیریت استراتژیک در شرکت‌های مادر است.

سرفصل درس:

- بررسی تعاریف (شرکت‌های سرمایه‌گذاری، شرکت‌های چندرشته‌ای، شرکت‌های مادر و شرکت‌های هلدینگ)
- ماهیت استراتژی در شرکت‌های مادر
- تبیین مفاهیم مزیت مادری و هم‌افزایی
- روش‌های ایجاد هم‌افزایی بین واحدهای کسب و کار
- تبیین مفهوم شایستگی محوری
- استراتژی‌های متنوع‌سازی
- روش‌های تحلیل پورتفلیو
- برقراری ارتباط بین واحدهای کسب و کار
- شیوه‌های کنترل سازمانی (کنترل مالی، کنترل استراتژیک و برنامه‌ریزی استراتژیک)
- حاکمیت شرکتی (نظام راهبری شرکت) در شرکت‌های مادر
- روابط بین واحدها و قیمت‌های انتقالی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

کمبل، اندرو و گولد، مایکل (۱۳۹۰). هم‌افزایی در شرکت‌های مادر. ترجمه سیدمحمد اعرابی و افشین فتح‌الهی. شرکت چاپ و نشر بازرگانی، گولد، مایکل، کمبل، اندرو و الکساندر، مارکوس (۱۳۸۹). استراتژی بنگاه مادر: ارزش‌آفرینی در شرکت‌ها چند کسب‌وکاره. ترجمه مجتبی اسدی، آریانا قلم.

Campbell, A., Goold, M. and Alexander, M. (1995). Corporate Strategy: The Quest for Parenting Advantage. Harvard Business Review.

Krühler, M. (2012). Managing Business Portfolios Effectively: On the Explanatory Power of the Parenting Advantage. Gabler Verlag.

Monks, R. A. G. and Minow, N. (2011). Corporate Governance (5th edition). Wiley.

مدیریت رشد (۱۲۰۷)		عنوان فارسی درس	
Growth Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با فرایند و چالش‌های رشد در سازمان‌ها، شناخت استراتژی‌های رشد درون‌زا و برون‌زا، کسب توانایی در طراحی و تحلیل فرایند مدیریت استراتژیک رشد در سازمان‌ها است.

سرفصل درس:

- بررسی رشد و دلایل رشد برای سازمان (جراحی رشد)
- استراتژی‌های رشد-درون‌زا (مانند توسعه فروش، توسعه بازار، محصول)
- استراتژی‌های رشد-برون‌زا (خرید و ادغام)
- رشد و کارآفرینی درون سازمانی
- نقش رهبری در رشد سازمانی
- تامین مالی رشد سازمانی
- بررسی دلایل موفقیت و ماندگاری شرکت‌ها
- چرخه عمر رشد سازمان‌ها
- موانع و چالش‌های پیش روی رشد سازمان
- رشد و مدیریت تغییر
- رشد و یادگیری
- موضوعات کلیدی در مدیریت رشد (مانند جداسازی و یکپارچه‌سازی)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

فیگنیا، آرماندوالین و فیگنیا، دونالداس (۱۳۹۲). قدرت نوآوری مدیریت: ۲۴ راهکار برای تسریع رشد و سودآوری. ترجمه احمد روستا و مجتبی علی ملایی. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

Christensen, C. M. and Raynor, M. E. (2003). *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*. Harvard Business School Press.

Collins J. C. and Hansen, M. T. (2011). *Great by Choice: Uncertainty, Chaos, and Luck-Why Some Thrive Despite Them All*. Harper Business.

Nelson, A. C. and Duncan, J. B. (1995). *Growth Management Principles and Practices*. Planners Press.

Roberts, J. (2007). *The Modern Firm: Organizational Design for Performance and Growth*. Oxford University Press.

Viguerie, P., Smit, S. and Baghai, M. (2008). *The Granularity Of Growth: How to Identify the Sources of Growth and Drive Enduring Company Performance*. Wiley.



مباحث منتخب در استراتژی (۱۲۰۸)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Strategy		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه استراتژی و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



استراتژی بازاریابی (۱۳۰۱)		عنوان فارسی درس	
Marketing Strategy		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس، آشنایی دانشجویان با مباحث مرتبط با منابع، محدودیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌های بازاریابی است. در این درس به‌ویژه بر برنامه و تاکتیک‌های بازاریابی و تخصیص بهینه و استراتژیک منابع تاکید می‌شود.

سرفصل درس:

- معرفی برنامه بازاریابی استراتژیک
- آشنایی با مراحل اساسی و قسمت‌های یک برنامه جامع بازاریابی استراتژیک
- فلسفه سازمان، ارزش‌ها، تحلیل SWOT
- ارتباطات استراتژیک
- مدیریت استراتژیک برند
- مزیت رقابتی و انواع آن
- مدیریت استراتژیک سبد محصول (پورتفولیوی برند)
- تخصیص استراتژیک منابع بازاریابی (رویکردها، مدل‌ها، مطالعات موردی)
- تکنیک‌های آنالیز استراتژی و کاربرد آن‌ها در برنامه‌ریزی بازاریابی
- آخرین تحولات در حوزه برنامه استراتژیک بازاریابی
- تفاوت‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های برنامه استراتژیک بازاریابی در ایران
- مطالعات موردی برنامه استراتژیک بازاریابی در ایران و جهان
- رویکردهای اسلامی در بازاریابی استراتژیک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

اعرابی، سیدمحمد و رضوانی، حمیدرضا (۱۳۸۸). استراتژی بازاریابی. انستیتو ایزبران. کاتلر، فیلیپ، جین، دیباک و سوویت، ماتیسنس (۱۳۸۴). استراتژی بازاریابی. ترجمه علی عیاری. انتشارت فرا. واکر، اورویل، بوید، هارپر، مالینز، جان و لرش، جان کلود (۱۳۹۱). استراتژی بازاریابی با رویکردی تصمیم‌محور. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داودایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- Andreasen, A. R. and Kotler, P. (2008). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. Prentice Hall.
- Brennan, R., Garneau, P., Vos, L. and Baines, P. R. (2008). *Contemporary Strategic Marketing*. Palgrave Macmillan.
- Dibb, S., Simkin, L., Pride, W. M. and Ferrell, O. C. (2005). *Marketing: Concepts and Strategies*. Houghton Mifflin.
- Ind, N. (2007). *Living the brand: How to Transform Every Member of Your Organization into a Brand Champion*. Kogan Page.
- Mullins, J. W., Walker, O. C., Boyd, H. W. and Harper, W. (2006). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*.
- Wilson, R. M. and Gilligan, C. (2012). *Strategic Marketing Management*. Routledge.



تحقیقات بازاریابی (۱۳۰۲)		عنوان فارسی درس
Marketing Research		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت روش‌های تحقیق در بازاریابی است. در این درس، دانشجویان با مفاهیم، روش‌ها، رویکردها، ظرافت‌ها، تکنیک‌ها و آخرین تحولات در حوزه تحقیقات بازاریابی آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی عمومی روش تحقیق
- روش تحقیق در بازاریابی
- تحقیقات اولیه بازاریابی، مطالعات میدانی، ارزیابی خلاءهای بازار
- انواع روش‌های تحقیق بازاریابی کمی (امکانات، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- انواع روش‌های تحقیق بازاریابی کیفی (امکانات، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- روش‌های تحقیق بازاریابی ترکیبی
- تحقیقات بازار در فضای الکترونیک
- فاکتورهای موفقیت و شکست تحقیقات بازاریابی
- روش‌های تحلیل نتایج تحقیقات بازاریابی
- ملاحظات اخلاقی و اسلامی در روش تحقیق بازاریابی
- مطالعات موردی در ایران
- آخرین تحولات تحقیقات بازاریابی در جهان
- آخرین دستاوردهای تکنولوژیک در تحقیقات بازاریابی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

ابراهیمی، عبدالحمید، روستا، احمد و ونوس، داور (۱۳۹۰). تحقیقات بازاریابی (نگرشی کاربردی). سمت.
 دهدشتی شاهرخ، زهره و بحرینی‌زاده، منیژه (۱۳۹۱). تحقیقات بازاریابی. سمت.
 رن، بروس، استیونز، رابرت و لودون، دیوید (۱۳۹۱). تحقیقات بازاریابی. ترجمه سیدمحمد اعرابی و حسین منشی. مهکامه.
 Aaker, D. A., Kumar, V. and Day, G. S. (2007). Marketing Research. Wiley.

- Churchill, G. A. and Iacobucci, D. (2009). Marketing Research: Methodological Foundations. South-Western Pub.
- Craig, C. S. and Douglas, S. P. (2005). International Marketing Research. Wiley.
- Grossnickle, J. and Raskin, O. (2000). The Handbook of Online Marketing Research: Knowing Your Customer Using the Net. McGraw Hill.
- Hair, J. F., Bush, R. P. and Ortinau, D. J. (2006). Marketing Research. McGraw Hill.
- Malhotra, N. K. (2008). Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson Education.
- Parasuraman, A., Grewal, D. and Krishnan, R. (2007). Marketing Research. Cengage Learning.



ارتباطات بازاریابی (۱۳۰۳)		عنوان فارسی درس
Marketing Communications		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت ارتباطات درون و برون سازمانی در بازاریابی است. در این درس انواع رویکردها و ظرافت‌های مدیریت ارتباطات بازاریابی با کلیه ذی‌نفعان مورد بحث قرار می‌گیرند.

سرفصل درس:

- معرفی ارتباطات، تاریخچه و فلسفه
- آشنایی با مفاهیم مرتبط (مانند ارتباطات انسانی، بین سازمانی، دولتی-خصوصی، رسانه‌ها)
- اصول و مبانی شناخت، ایجاد و یا اصلاح ارتباطات (انواع مدل‌ها در این زمینه)
- اصول و مبانی مدیریت ارتباطات در بازاریابی (انواع روش‌ها و مدل‌های پیشنهادی)
- مدیریت ارتباطات در سازمان‌های B2B (تفاوت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مدیریت ارتباطات بین‌سازمانی
- ظرافت‌ها و ویژگی‌های ارتباطات سازمانی
- آشنایی با ظرافت‌ها، فاکتورهای موفقیت و شکست ارتباطات بازاریابی درون سازمانی
- مدیریت ارتباطات یکپارچه (همه‌جانبی ارتباطات درون و برون سازمانی)
- مدل (های) مدیریت ارتباطات برند
- مدیریت برند سازمانی و مدیریت ارتباطات یکپارچه بازاریابی
- مطالعات موردی ارتباطات سازمانی
- آخرین تحولات و پیشرفت‌ها در حوزه ارتباطات (به ویژه آخرین تحولات تکنولوژیک)
- فرصت‌ها و چالش‌های مدیریت ارتباطات بازاریابی در ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- دانکن، تام (۱۳۸۵). ارتباطات یکپارچه بازاریابی. ترجمه بهرام رضازاده و کیوان قاسمی‌گلو. یاس نی.
- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G. F. and Powell, I. (2008). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw Hill.
- Kitchen, P. J. (1999). Marketing Communications: Principles and Practice. Cengage Learning.

Lane Keller, K. (2001). Mastering the Marketing Communications Mix: Micro and Macro Perspectives on Integrated Marketing Communication Programs.

Rossiter, J. R. and Bellman, S. (2005). Marketing Communications: Theory and Applications. Prentice Hall.

Shimp, T. A. and Andrews, J. C. (2013). Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications. Cengage Learning.

Smith, P. R. and Jonathan, T. (2004). Marketing Communications: An Integrated Approach. Kogan Page.



بازاریابی بین الملل (۱۳۰۴)		عنوان فارسی درس	
International Marketing		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت بازاریابی در فضای بین المللی و با رویکردهای صادراتی است. از آنجا که حوزه کسب و کارهای جهانی با گسترش روابط تجاری بین المللی رو به فزونی است، آشنایی با ویژگی‌ها، تفاوت‌ها و ظرافت‌های بازاریابی در حوزه کسب و کار با گستره جهانی اجتناب‌ناپذیر است.

سرفصل درس:

- معرفی کلی بازاریابی بین المللی
- قوانین کلی حاکم بر بازاریابی بین المللی
- نظریه‌ها و مدل‌های بازاریابی بین المللی
- استراتژی‌های بازاریابی بین المللی (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای تحقیقات بازاریابی بین المللی (فرصت‌ها، چالش‌ها)
- انواع روش‌ها و رویکردهای قیمت گذاری
- روش‌های مختلف همکاری در عرضه بین المللی
- انواع رویکردها در انتقال فناوری
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تاثیرگذار بر بازاریابی بین المللی
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در بازاریابی بین المللی
- مطالعات موردی بازاریابی بین المللی سازمان‌های صادراتی در ایران
- آخرین تحولات بازاریابی بین الملل
- دیدگاه اسلام در بازاریابی بین الملل
- کانال‌های توزیع و تجارت بین الملل (فرصت‌ها، چالش‌ها)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

بابایی، زکیلی، محمدعلی (۱۳۹۱). بازاریابی بین المللی. سمت.
حقیقی نسب، منیژه (۱۳۸۳). اصول و مفاهیم بازاریابی بین الملل و جهانی با نگرش کاربردی. دانشگاه الزهراء.

کاتورا، فیلیپ، گراهام، جان، گیلی، مرسی سی (۱۳۸۹). بازاریابی بین‌المللی. ترجمه احمد روستا. فرهنگ متین.
سندهازن، ریچارد (۱۳۸۸). بازاریابی جهانی. ترجمه محمدابراهیم گوهریان و هاشم نیکومرام. امیرکبیر.

Backhaus, K., Büschken, J. and Voeth, M. (2005). International Marketing. Palgrave Macmillan.

Bradley, F. (2005). International Marketing Strategy. Pearson Education.

Cateora, P. R., Graham, J. L., Cateora, P. R. and Catcora, P. R. (2007). International Marketing. McGraw Hill.

Craig, C. S. and Douglas, S. P. (2005). International Marketing Research. Wiley.

Fletcher, R. and Brown, L. (2002). International Marketing: An Asia-Pacific Perspective. Prentice Hall.

Kumar, V. (2000). International Marketing Research. Prentice Hall.

Mühlbacher, H., Leih, H. and Dahringer, L. (2006). International Marketing: A Global Perspective. Cengage Learning.



بازاریابی بین‌بنگاهی (۱۳۰۵)		عنوان فارسی درس	
Business-to-Business Marketing		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت بازاریابی (۱۳۰۵)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت کانال‌های بازاریابی و ارتباطی درون، بیرون و بین‌سازمانی در بستر سازمان‌های بین‌بنگاهی است. با توجه به اهمیت سازمان‌های بین‌بنگاهی در اقتصاد امروز، تفاوت‌های معنی‌دار این قبیل از سازمان‌ها با سایر سازمان‌ها در این درس مورد بحث قرار می‌گیرند.

سرفصل درس:

- معرفی انواع سازمان‌های بین‌بنگاهی
- سازمان‌های دانش‌بنیان بین‌بنگاهی
- آشنایی با مفاهیم مرتبط مانند ارزش آفرینی بین‌بنگاهی، مدیریت دانش، حلقه‌های ارزش، همکاران کسب‌وکار
- اصول و مبانی ایجاد و یا اصلاح ارتباطات در سازمان‌های بین‌بنگاهی (انواع مدل‌ها در این زمینه، تفاوت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مدیریت مبادلات بین‌سازمانی
- تراکتش‌ها، لجستیک و زنجیره ارزش
- ظرفیت‌ها و ویژگی‌های مدیریت سازمان‌های بین‌بنگاهی
- کنترل و سنجش کیفیت کالاها و خدمات
- تحقیقات بازاریابی در سازمان‌های بین‌بنگاهی
- آشنایی با ظرفیت‌ها، فاکتورهای موفقیت و شکست ارتباطات درون سازمانی در سازمان‌های بین‌بنگاهی
- مدیریت ارتباطات یکپارچه (همانگی ارتباطات درون و بیرون سازمانی)
- مدل‌های مدیریت برند در سازمان‌های بین‌بنگاهی
- مطالعات موردی سازمان‌های بین‌بنگاهی
- آخرین تحولات و پیشرفت‌ها در حوزه مدیریت سازمان‌های بین‌بنگاهی (به ویژه آخرین تحولات تکنولوژیک)
- فرصت‌ها و چالش‌های مدیریت سازمان‌های بین‌بنگاهی در ایران

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Brennan, R., Canning, L. and McDowell, R. (2010). Business-to-Business Marketing. Sage.
 Minett, S. (2002). B2B Marketing. Prentice Hall.
 Vitale, R. P. (2011). Business to Business Marketing. Pearson Education.



تبلیغات (۱۳۰۶)		عنوان فارسی درس
Advertising		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت انواع روش‌های تبلیغات است. از آنجا که تبلیغات و انواع آن در دنیای امروز بسیار مهم و اثرگذار بوده و بخش قابل توجهی از منابع سازمان را به خود اختصاص می‌دهند، شناخت انواع روش‌ها، نکات و پیچیدگی‌های طراحی و مدیریت تبلیغات بسیار حائز اهمیت است. در این درس، دانشجویان با مفاهیمی چون انواع روش‌ها، رویکردها، ظرافت‌ها، تکنیک‌ها و آخرین تحولات در حوزه تبلیغات آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی معرفی کلی و تاریخچه تبلیغات
- آشنایی با صنعت تبلیغات
- محیط تبلیغات
- تبلیغات و مدیریت برند
- انواع روش‌های تبلیغات (تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها)
- تبلیغات محیطی (امکانات، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- تبلیغات دیجیتال (امکانات، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- تبلیغات چاپی (امکانات، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- انواع روش‌های گزینش و تخصیص منابع در تبلیغات
- طراحی برنامه تبلیغاتی کوتاه مدت (کمپین)
- مباحث اخلاقی در تبلیغات
- مطالعات موردی تبلیغات در ایران
- آخرین تحولات تبلیغات در جهان



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

قاربی، دیوید (۱۳۸۶). چگونه تبلیغات موفق بسازیم. ترجمه شادی گلچین‌فر و امیر بختایی. سازمان مدیریت صنعتی.
Batra, R. (2009). Advertising Management. Pearson Education.

- Belch, G. E., Belch, M. A., Kerr, G. F. and Powell, I. (2008). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw Hill.
- De Mooij, M. (2009). Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes. Sage.
- Dyer, G. (2003). Advertising as Communication. Psychology Press.
- Ewen, S. (2008). Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture. McGraw Hill.
- Khan, M. A. (2006). Consumer Behaviour and Advertising Management. New Age International.
- Leiss, W. (2013). Social Communication in Advertising: Consumption in the Mediated Marketplace. Routledge.
- McStay, A. (2010). Digital Advertising. Palgrave Macmillan.



عنوان فارسی درس		رفتار مصرف کننده (۱۳۰۷)	
عنوان لاتین درس		Consumer Behavior	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی
		<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
دروس پیش نیاز		مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت نیاز مصرف کنندگان و بازارهای هدف است. همچنین در این درس، انواع صنایع و بسترهایی که به طور مشخص بر مصرف کنندگان کالاها تمرکز دارند، مورد بحث قرار می گیرند.

سرفصل درس:

- معرفی تاریخچه، اهمیت و فلسفه رفتار مشتری
- آشنایی با مفاهیم مرتبط (مانند قابل برند، مشتریان بست مدرن، نوستالژی)
- تقسیم بندی بازار و مشتریان (اصول، روش ها)
- شناخت و مدیریت رفتار مشتریان به عنوان مزیت رقابتی
- مباحث جامعه شناختی و رفتار مشتری
- انواع مشتری
- بسترهای مختلف کسب و کار و رفتار مشتری
- اصول و مبانی روانشناسی در رفتار مشتری
- آشنایی با مبانی و روش های مطالعه رفتار مشتری
- مدیریت یکپارچه ارتباط با مشتری (همه انگی درون و برون سازمانی)
- مدل ها و نظریه های مدیریت رفتار مشتری
- اخلاق و ملاحظات در مدیریت رفتار مشتری
- نگاه اسلام به مصرف و رفتار مشتری
- مطالعات موردی در رفتار مشتری
- آخرین تحولات و پیشرفت ها در حوزه رفتار مشتری
- فرصت ها و چالش های مدیریت رفتار مشتری در ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	نمایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

هاو کینز، دل، بست، راجر و کانی، کنت (۱۳۸۵). رفتار مصرف کننده. ترجمه احمد روستا و عطیه بطحایی. سارگل.

- East, R., Wright, M., & Vanhuele, M. (2013). *Consumer Behaviour: Applications in Marketing*. Sage.
- Hanna, N. and Wozniak, R. (2001). *Consumer Behavior: An Applied Approach*. Prentice Hall.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. and Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior*. McGraw Hill.
- Khan, M. A. (2006). *Consumer Behaviour and Advertising Management*. New Age International.
- Peter, J. P. and Olson, J. C. (2004). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. McGraw Hill.
- Solomon, M. R. (2012). *Consumer Behavior (10th edition)*. Pearson Education.
- Schiffman, L. G., Hansen, H. and Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour: A European Outlook*. Pearson Education.



فروش (۱۳۰۸)		عنوان فارسی درس
Sales		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		توع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، فراگیری و مدیریت انواع روش‌ها و مهارت‌های فروش و خدمات پس از فروش است. از آنجا که که فروش و انواع روش‌ها و تکنیک‌های آن در دنیای امروز بسیار مهم و اثرگذار بوده و توجه مدیریت و نیروهای سازمان در متسبها و تخصص‌های گوناگون را به خود اختصاص می‌دهد، شناخت انواع روش‌ها، نکات و پیچیدگی‌های طراحی و مدیریت فروش و خدمات پس از آن بسیار حائز اهمیت است. در این درس، دانشجویان با مفاهیمی چون انواع روش‌ها، رویکردها، ظرفیت‌ها، تکنیک‌ها، مهارت‌ها و آخرین تحولات در حوزه مدیریت فروش آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی کلی و مفاهیم اصلی در فروش (نقش فروش در فرآیند بازاریابی)
- فروش حرفه ای (تعاریف، رویکردها، ابزارها، مدیریت رفتارها، استراتژی‌ها و مدل‌ها)
- خدمات پس از فروش (تعاریف اصلی چون گارانتی و وارانتی، استراتژی‌ها و مدل‌ها)
- طراحی سیستم‌های فروش
- مدیریت و طراحی خدمات پس از فروش (تکنیک‌ها، تاکتیک‌ها و ابزارها)
- هدف‌گذاری فروش
- تکنیک‌های فروش فردی (مهارت‌های رفتاری، فرهنگی، فنی، روانشناسی و ...)
- تکنیک‌های فروش تیمی (تیمها، مکانیزم‌ها و سیستم‌های تصمیم‌گیری و اثرگذاری)
- اعتبارسنجی و مذاکرات فروش
- بسترهای فروش مختلف (مانند الکترونیک، بین سازمانی، درون سازمانی، سازمان‌های دانش‌محور، خدماتی و ...)
- سیستم‌های انگیزشی در فروش و خدمات پس از فروش
- ارزیابی، بررسی و بودجه‌بندی در فروش و خدمات پس از فروش
- ملاحظات قانونی و اخلاقی فروش و خدمات پس از فروش
- مطالعات موردی فروش و خدمات پس از فروش در ایران
- آخرین تحولات فروش و خدمات پس از فروش در جهان (چالش‌ها و فرصت‌ها در بازاریابی بین الملل)

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- شوارتز، مانیو (۱۳۸۸). مبانی مدیریت فروش برای مدیران تازه کار. ترجمه وحید ناصحی فر. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- Churchill, G. A., Ford, N. M., Walker, O. C., Johnston, M. W. and Tanner, J. F. (2000). Sales Force Management. McGraw Hill.
- Eades, K. M. (2004). The New Solution Selling: The Revolutionary Sales Process That Is Changing the Way People Sell. McGraw Hill.
- Gupta, S.L. (2009). Sales and Distribution Management. New Delhi.
- Homburg, C., Schäfer, H. and Schneider, J. (2012). Sales Excellence: Systematic Sales Management. Springer.
- LaForge, R. W. and Avila, R. A. (2009). Sales Management: Analysis and Decision Making. ME Sharpe.
- Spiro, R. L., Stanton, W. J. and Rich, G. A. (2003). Management of a Sales Force. McGraw-Hill.
- Stanton, W. J., Buskirk, R. H. and Spiro, R. L. (1991). Management of the Sales Force. McGraw Hill.



قیمت گذاری (۱۳۰۹)		عنوان فارسی درس	
Pricing		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت برنامه‌ها و سیاست‌های مختلف قیمت گذاری است. دانشجویان در این درس با مفاهیم ارزش، زنجیره‌های ارزش (درون، برون و بین سازمانی) و مدیریت آن‌ها در دنیای امروز و لزوم مدیریت قیمت‌ها به صورتی کاملاً هماهنگ و یکپارچه، انواع رویکردها و ظرافت‌های مدیریت ارزش، قیمت‌ها، درآمدها و هزینه‌ها (در تعامل با کلیه ذی‌نفعان) آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی ارزش، تاریخچه و فلسفه
- آشنایی با مفاهیم مرتبط (مانند سد ارزش، منادله ارزش، زنجیره ارزش، حلقه‌های ارزش، ارزش مثبت و منفی)
- شناخت، ایجاد و یا اصلاح ارزش (انواع مدل‌ها در این زمینه)
- اصول و مبانی مدیریت هزینه‌ها (انواع روش‌ها و مدل‌های پیشنهادی)
- مدیریت ارزش در سازمان‌های B2B (تفاوت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- مدیریت قیمت‌ها و هزینه‌ها
- روش‌ها و مدل‌های مختلف قیمت گذاری
- ظرافت‌ها و ویژگی‌های سیاست‌های مختلف قیمت گذاری
- آشنایی با ظرافت‌ها، فاکتورهای موفقیت و شکست در روش‌های مختلف قیمت گذاری
- مدیریت ارزش یکپارچه (هماهنگی درون و برون سازمانی)
- مدیریت هزینه‌ها و درآمدها (آشنایی مختصر با اصول)
- دیدگاه اسلام و فقه در قیمت گذاری
- مطالعات موردی قیمت گذاری
- آخرین تحولات و پیشرفت‌ها در حوزه قیمت گذاری
- فرصت‌ها و چالش‌های قیمت گذاری در ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اعتبار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Dupire, B. (1997). Pricing and Hedging with Smiles. Mathematics of Derivative Securities. Dempster and Pliska eds., Cambridge Uni. Press.
- Holbrook, M. (2002). Consumer Value: A Framework for Analysis and Research. Routledge.
- Mohammed, R. (2005). The Art of Pricing: How to Find the Hidden Profits to Grow Your Business. Random House Digital..
- Nagle, T. T. and Holden, R. K. (2006). The Strategy and Tactics of Pricing. Prentice Hall.
- Phillips, R. (2005). Pricing and Revenue Optimization. Stanford University Press.
- Yeoman, I. and McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2004). Revenue Management and Pricing: Cases Studies and Applications. Cengage Learning EMEA.



کانال‌های بازاریابی (۱۳۱۰)		عنوان فارسی درس
Marketing Channels		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت کانال‌های بازاریابی است. از آنجا که کانال‌های ارتباطی و فروش یکی از مهمترین اجزا بازاریابی به حساب می‌آیند، شناخت انواع روش‌ها، نکات و پیچیدگی‌های طراحی و مدیریت کانال‌های بازاریابی اجتناب‌ناپذیر است. در این درس، دانشجویان با مفاهیمی چون انواع روش‌ها، رویکردها، ظرافت‌ها، تکنیک‌ها و آخرین تحولات در حوزه کانال‌های بازاریابی و لجستیک محصول آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- معرفی کانال بازاریابی و انواع آن (تئوری‌ها)
- اجزا و فعالان در یک کانال بازاریابی
- محیط کانال‌های بازاریابی
- طراحی کانال‌های بازاریابی
- مدیریت استراتژیک کانال‌های بازاریابی
- تخصیص منابع به انواع کانال‌های بازاریابی (رویکردها، مدل‌ها، مطالعات موردی)
- تکنیک‌های آنالیز کانال‌های بازاریابی (روش‌های کیفی و کمی)
- سیستم‌های انگیزشی در کانال‌های بازاریابی
- سیاست‌های قیمت‌گذاری در کانال‌های بازاریابی
- کانال‌های بازاریابی در سازمان‌های بین‌بنگانی
- تجارت الکترونیک و کانال‌های بازاریابی (آخرین تحولات IT و نتایج)
- مدیریت ارتباطات و کانال‌های بازاریابی
- کانال‌های بازاریابی و تبلیغات
- کانال‌های بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش
- آخرین تحولات در حوزه مدیریت کانال‌های بازاریابی
- تفاوت‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های مدیریت کانال‌های بازاریابی در ایران
- مطالعات موردی مدیریت کانال‌های بازاریابی در ایران و جهان



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

- گورشلز، لیندا، جی مارین، ادوارد و وست، چاک (۱۳۹۲). راهنمای مدیران در کانال توزیع. ترجمه پرویز درگی و امیرحسین سرفرازیان. بازاریابی.
- Coughlan, A. T., Anderson, E., Stern, L.W. and El-Ansary, A. (2006). Marketing Channels. Prentice Hall.
- Pelton, L. E., Strutton, D. and Lumpkin, J. R. (2002). Marketing channels. McGraw-Hill.
- Rosenbloom, B. (2011). Marketing Channels. Cengage Learning.



مدیریت برند (۱۳۱۱)		عنوان فارسی درس	
Brand Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت، طراحی و مدیریت برند با در نظر گرفتن تنوعی‌های ارتباطات سازمانی است.

سرفصل درس:

- معرفی برند، تاریخچه و فلسفه
- آشنایی با مفاهیم مرتبط (مانند سفیر برند، شخصیت برند، رفتار سازمانی مبتنی بر برند، برند محلی، شهری و کشوری)
- اصول و مبانی شناخت، ایجاد و یا اصلاح برند (انواع مدل‌ها در این زمینه)
- اصول و مبانی مدیریت برند (انواع روش‌ها و مدل‌های پیشنهادی)
- برند سازمانی (معرفی، فلسفه و نتایج)
- مدیریت برند در سازمان‌های B2B (تفاوت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌ها)
- برند و مدیریت ارتباطات بین سازمانی
- اصول و مبانی ارتباطات سازمانی
- آشنایی با مبانی ارتباطات درون سازمانی
- مدیریت ارتباطات یکپارچه و برند (هماهنگی ارتباطات درون و برون سازمانی)
- مدل‌های مدیریت ارتباطات برند
- مدیریت برند سازمانی و مدیریت ارتباطات یکپارچه
- مطالعات موردی در مدیریت برند
- آخرین تحولات و پیشرفت‌ها در حوزه برندسازی
- فرصت‌ها و چالش‌های مدیریت برند در ایران
- برندسازی و مدیریت آن از منظر اسلام



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- پل، تمپورال (۱۳۹۱). برندسازی و بازاریابی اسلامی (ساختن کسب و کار اسلامی جهانی). ترجمه احمد روستا و علی صالحی. چاپ و نشر بازرگانی.
- رضوانی، مهران و خدادادحسینی، سیدحمید (۱۳۹۱). مدیریت جامع برند (مکاتب، ارزش گذاری و توسعه برند ملی). دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- Balmer, J. M. and Greyser, S. A. (2003). *Revealing the Corporation: Perspectives on Identity, Image, Reputation, Corporate Branding, and Corporate-level Marketing*. Psychology Press.
- Holt, D. B. (2004). *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*. Harvard Business Press.
- Hatch, M. J. and Schultz, M. (2008). *Taking Brand Initiative: How Companies Can Align Strategy, Culture, and Identity Through Corporate Branding*. Jossey Bass.
- Keller, K. L. (2002). *Branding and Brand Equity*. Handbook of Marketing.



مباحث منتخب در بازاریابی (۱۳۱۲)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Marketing		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه بازاریابی و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



بازاریابی خدمات (۱۴۰۱)		عنوان فارسی درس
Services Marketing		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت بازاریابی کالاهای خدماتی است. از آنجا که حوزه کسب و کارهای خدمت‌محور و نقش آن‌ها در اقتصاد و اشتغال با گسترش روابط تجاری بین‌المللی رو به فزونی است، آشنایی با ویژگی‌ها، تفاوت‌ها و ظرافت‌های بازاریابی خدمات و مدیریت حوزه کسب و کارهای خدماتی اجتناب‌ناپذیر است.

سرفصل درس:

- معرفی کلی خدمت و انواع آن (سابقه و فلسفه)
- مقایسه کالا و خدمات (تفاوت‌ها، نتایج و تأثیرات)
- تئوری‌ها و مدل‌های بازاریابی خدمات
- استراتژی‌های بازاریابی خدمات (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای تحقیقات بازاریابی خدمات (فرصت‌ها، چالش‌ها)
- انواع روش‌ها و رویکردهای ارزش‌گذاری، قیمت‌گذاری، سنجش و کنترل کیفیت خدمات
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تأثیرگذار بر بازاریابی خدمات
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در بازاریابی خدمات
- مطالعات موردی بازاریابی خدماتی در ایران
- آخرین تحولات بازاریابی خدمات
- کانال‌های توزیع و تجارت خدمات (فرصت‌ها، چالش‌ها)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سماپیر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

لاولاک، کریستوفر و رایت، لورن (۱۳۹۱). اصول بازاریابی و خدمات. ترجمه ابوالفضل تاج‌زاده نمین. سمت.
 وودراف، هلن (۱۳۸۵). بازاریابی خدمات. ترجمه محمدابراهیم گوهریان. امیرکبیر.
 Gronroos, C. (2000). Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach. (2nd edition). Wiley.
 Kurtz, D. L. and Clow, K. E. (1998). Services Marketing. Wiley.
 Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gremler, D. D. (2012). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw Hill.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. and Gwinner, D. D. (2005). Services Marketing and Management. McGraw Hill.

Zeithaml, V. A. (2002). Services Marketing Management. McGraw Hill.



مدیریت خدمات (۱۴۰۲)		عنوان فارسی درس	
Services Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت صنعت خدمات و انواع کسب و کارهای خدماتی است. با توجه به اهمیت روزافزون انواع خدمات و صنایع خدماتی در اقتصاد و اشتغال‌زایی، آشنایی با ظرافت‌های مدیریت انواع خدمات و بسترهای کسب و کار خدماتی بسیار حائز اهمیت است.

سرفصل درس:

- مروری بر مبانی مدیریت خدمات
- قوانین کلی حاکم بر مدیریت خدمات
- تئوری‌ها و مدل‌های مدیریت خدمات
- آشنایی با فرهنگ سازمانی و تاثیرات تفاوت‌های فرهنگی بر مدیریت خدمات
- استراتژی‌های مدیریت خدمات (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای مدیریت خدمات (فرست‌ها، چالش‌ها)
- فضاها، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تاثیرگذار بر مدیریت خدمات
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در مدیریت خدمات
- مطالعات موردی مدیریت خدمات در ایران
- آخرین تحولات مدیریت خدمات
- مدیریت خدمات (فرست‌ها، چالش‌ها)
- سازمان‌های خدماتی (فرایندها، ساختاردهی، سازماندهی و استانداردها)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

فیتزسیمونز، جیمز و فیتزسیمونز، موناچی (۱۳۸۷). مدیریت خدمات: استراتژی، عملیات و تکنولوژی اطلاعات (جلدهای اول و دوم). ترجمه داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

اعرابی، سیدمحمد (۱۳۸۹). مدیریت خدمات (استراتژیک و عملیات). دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

Fitzsimmons, J. A. and Fitzsimmons, M. J. (2001). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw Hill.

Korzynski, M. (2002). Human Resource Management in Service Work. Palgrave.

Lowendahl, B. R. (2005). Strategic Management of Professional Service Firms. CBS Press.

صنعت خدمات (۱۴۰۳)		عنوان فارسی درس	
Service Industry		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با صنعت خدمات، تفاوت‌های صنعت خدمات و سایر صنایع، نقش صنعت خدمات در اقتصاد، انواع کسب و کارهای خدماتی، چگونگی راه‌اندازی و طراحی کسب و کارهای خدماتی و تفاوت‌های آن با سایر کسب و کارها می‌باشد.

سرفصل درس:

- معرفی کلی و تعاریف خدمت
- آشنایی با صنعت خدمات
- ارتباط صنعت خدمات و سایر شاخه‌های صنعت
- آشنایی با انواع کسب و کارهای خدماتی
- ویژگی‌های خاص انواع کسب و کارهای خدماتی
- انواع روش‌ها و رویکردهای قیمت‌گذاری در صنعت خدمات
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تاثیرگذار بر انواع کسب و کارهای خدماتی
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در انواع کسب و کارهای خدماتی
- مطالعات موردی انواع کسب و کارهای خدماتی
- آخرین تحولات در کسب و کارهای خدماتی
- ساختارهای صنایع خدماتی
- طراحی سیستم‌های خدماتی
- انواع کسب و کارهای خدماتی (فرصت‌ها، چالش‌ها)
- دیدگاه اسلام در خدمات



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Crockett, A. D. (Eds.). (2003). Conflicts of Interest in the Financial Services Industry: What Should We Do About Them? CEPR Publications.
 Erl, T. (2008). Soa: Principles of Service Design. Prentice Hall.
 Fitzsimmons, J. A. and Fitzsimmons, M. J. (2001). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw Hill.

- Glushko, R. J. (2010). Seven Contexts for Service System Design. In Handbook of Service Science. Springer.
- Johns, N. and Lee-Ross, D. (1998). Research Methods in Service Industry Management. Cengage Learning.
- Kandampully, J. (2002). Services management: The New Paradigm in Hospitality. Pearson Education Australia.
- Maglio, P. P., Kieliszewski, C. and Spohrer, J. C. (Eds.). (2010). Handbook of Service Science. Springer.
- Reijers, H. A. (2003). Design and Control of Workflow Processes: Business Process Management for the Service Industry. Springer.
- Rose, P. S., Hudgins, S. C. and Shi, J. (2005). Bank Management and Financial Services. McGraw Hill.
- Rubalcaba-Bermejo, L. (2007). The New Service Economy: Challenges and Policy Implications for Europe. Edward Elgar Publishing.
- Swartz, T. and Jacobucci, D. (Eds.). (2000). Handbook of Services Marketing and Management. Sage.



مدیریت خدمات استراتژیک (۱۴۰۴)		عنوان فارسی درس	
Strategic Services Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت استراتژیک (۱۰۰۴)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت استراتژیک صنعت خدمات و انواع کسب و کارهای خدماتی است. دانشجویان در این درس با مباحث مرتبط با منابع، محدودیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌های بازاریابی و همچنین تخصیص بهینه و استراتژیک منابع بازاریابی آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- مروری بر مبانی مدیریت استراتژیک خدمات
- معرفی برنامه بازاریابی استراتژیک
- نظریه‌ها و مدل‌های مدیریت استراتژیک خدمات
- آشنایی با مراحل اساسی و قسمت‌های یک برنامه جامع بازاریابی استراتژیک خدمات
- مفاهیم مرتبط (مانند فلسفه، ارزش‌ها، SWOT، ارتباطات، برند، مزیت رقابتی)
- استراتژی‌های مدیریت خدمات (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای مدیریت استراتژیک خدمات (فرصت‌ها، چالش‌ها)
- مدیریت استراتژیک سبب برند و خدمات
- تکنیک‌های آنالیز استراتژی و کاربرد آن‌ها در برنامه‌ریزی بازاریابی خدمات
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تاثیرگذار بر مدیریت استراتژیک خدمات
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در مدیریت استراتژیک خدمات
- مطالعات موردی مدیریت استراتژیک خدمات در ایران
- دیدگاه اسلام و فقه در مدیریت استراتژیک خدمات
- آخرین تحولات مدیریت استراتژیک خدمات
- مدیریت استراتژیک خدمات-فرصت‌ها، چالش‌ها

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- اعرابی، سیدمحمد (۱۳۸۹). مدیریت خدمات (استراتژیک و عملیات). دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
ژاک، هورویتز (۱۳۸۰). هفت کلید استراتژی خدمات. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
فیتزسیمونز، جیمز و فیتزسیمونز، موناچی (۱۳۸۷). مدیریت خدمات: استراتژی، عملیات و تکنولوژی اطلاعات (جلدهای اول و دوم). ترجمه داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
Fitzsimmons, J. A. and Fitzsimmons, M. J. (2006). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw Hill.
Lowendahl, B. R. (2005). Strategic Management of Professional Service Firms. CBS Press.
Swayne, L. E., Duncan, W. J. and Ginter, P. M. (2013). Strategic Management of HealthCare Organizations. Jossey Bass.



مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی (۱۴۰۵)		عنوان فارسی درس	
Human Resource Management in Service Organizations		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت منابع انسانی (۱۰۰۹)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مدیریت منابع انسانی در انواع سازمان‌های خدماتی و پرورش مهارت‌های آنان برای استفاده از دانش و مهارت‌های حاصله در چنین سازمان‌هایی است.

سرفصل درس:

- کلیات مدیریت منابع انسانی
- ماهیت و چالش‌های پیش روی سازمان‌های خدماتی
- فضاها، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تاثیرگذار بر سازمان‌های خدماتی
- ساختار و استانداردهای کیفیت در سازمان‌های خدماتی
- شایستگی‌های منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی
- استراتژی منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی
- ساختار سازمانی، طراحی و تحلیل شغل در سازمان‌های خدماتی
- فرایند برنامه‌ریزی منابع انسانی
- برون‌سپاری منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی
- سیستم کارمندیابی و انتخاب در سازمان‌های خدماتی
- رویکردهای توسعه منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی
- سیستم مدیریت عملکرد کارکنان سازمان‌های خدماتی
- سیستم جبران خدمات مناسب برای سازمان‌های خدماتی
- نقش اخلاق و ارزش‌های اسلامی در سازمان‌های خدماتی
- الزامات قانونی در سازمان‌های خدماتی
- چالش‌های منابع انسانی در سازمان‌های خدماتی ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

سعادت، اسفندیار (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی. سمت.

قلی‌پور، آرین و سیلانی، خاطره (۱۳۹۲). مدیریت منابع انسانی در بیمارستان‌ها. مهربان.

Armstrong, M. (2012). A Handbook of Human Resource Management Practice (12th edition). Kogan Page.

Berman, E. M., Bowman, J. S., West, J. P. and Van Wart, M. R. (2009). Human Resource Management in Public Service: Paradoxes, Processes, and Problems (3rd edition). Sage.

Dessler, G. (2012). Human Resource Management (13th edition). Prentice Hall.

Flynn, W. J., Mathis, R. L. and Jackson, J. H. (2006). Healthcare Human Resource Management (2nd edition). Cengage Learning.

Go, F. M., Monachello, M. L. and Baum, T. (1996). Human Resource Management in the Hospitality Industry. Wiley.

Hernandez, S. R. (2009). Strategic Human Resources Management in Health Services Organizations (3rd edition). Cengage Learning.

Korczynski, M. (2002). Human Resource Management in Service Work. Palgrave Macmillan.

Pynes, J. E. and Lombardi, D. N. (2012). Human Resources Management for Health Care Organizations: A Strategic Approach. Jossey Bass.



مدیریت درآمد (۱۴۰۶)		عنوان فارسی درس	
Revenue Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با مدیریت درآمد است. دانشجویان در این درس با مباحث مرتبط با منابع محدودیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌های مدیریت درآمد آشنا می‌شوند.

سرفصل درس:

- مروری بر مبانی مدیریت درآمد
- تئوری‌ها و مدل‌های مدیریت درآمد
- استراتژی‌های مدیریت درآمد (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای مدیریت درآمد (فرصت‌ها، چالش‌ها)
- مدیریت درآمد در بسترهای مختلف (درس‌ها و نتایج)
- مدیریت عایدی
- مدیریت استراتژیک درآمد (فناوری‌های موفقیت و شکست)
- تکنیک‌های آنالیز درآمد
- مروری بر ابزارهای تجارت الکترونیک در مدیریت درآمد
- مطالعات موردی مدیریت درآمد در ایران
- آخرین تحولات مدیریت درآمد
- مدیریت درآمد خدمات (فرصت‌ها، چالش‌ها)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Hellermann, R. (2006). Capacity Options for Revenue Management: Theory and Applications in the Air Cargo Industry. Springer.
- Pak, K. and Piersma, N. (2002). Airline Revenue Management. Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
- Talluri, K. T. and Van Ryzin, G. J. (2005). The Theory and Practice of Revenue Management. Springer.
- Yeoman, I. and McMahon-Beattie, U. (Eds.). (2004). Revenue Management and Pricing: Cases Studies and Applications. Cengage Learning.

مباحث منتخب در خدمات (۱۴۰۲)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Services		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه خدمات و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته (۱۵۰۱)		عنوان فارسی درس	
Advanced Organizational Behavior		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری	
مدیریت رفتار سازمانی (۱۰۰۶)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس افزایش سطح دانش و توان تحلیلی دانشجویان در مباحث پیشرفته رفتار سازمانی و موضوعات نوین نظری و کاربردی مطرح شده در این حوزه است. انتظار می‌رود دانشجویان با گذراندن این دوره، به درک عمیق‌تری از مدیریت و کنترل رفتارهای خود و دیگران دست پیدا کنند.

سرفصل درس:

- رویکرد اقتضایی به رفتار سازمانی
- عوامل موثر بر انگیزه کارکنان سازمان‌های دانش‌بنیان و پروژه‌محور
- کاربرد مدل DISC در مدیریت تعارض و ارتباطات موثر
- مفاهیم و مدل‌های نوین در حوزه هویت سازمانی
- اعتماد میان فردی، درون سازمانی و میان سازمانی
- راهکارهای ایجاد و حفظ تیم‌های کاری اثربخش
- نقش فرهنگ و جنسیت در ارتباطات درون سازمانی و میان سازمانی
- راهکارهای بهبود انواع هوش (هوش هیجانی، هوش فرهنگی، هوش منوی و هوش سیاسی)
- رفتارهای شهروندی سازمانی در مقابل رفتارهای مخرب سازمانی
- عدالت سازمانی و عوامل موثر بر ادراک کارکنان از عدالت
- بررسی مطالعات هافستد و گلوب در حوزه فرهنگ
- وجه منفی مفهوم رهبری تحول‌آفرین در سازمان‌ها
- خودشیفتگی فردی و سازمانی
- تحلیل‌های چندسطحی در حوزه رفتار سازمانی
- نقش فرهنگ ایرانی-اسلامی در نظریه‌پردازی رفتار سازمانی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

رضاییان، علی (۱۳۹۱). انتظار عدالت و عدالت در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.



رضاییان، علی (۱۳۹۱). تیم‌سازی در قرن بیست و یکم (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
رضاییان، علی (۱۳۹۱). مبانی و رویکردهای مدیریت خویشتن (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت تعارض و مذاکره (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت فشار روانی (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
قلی‌پور، آرین (۱۳۹۱). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی). سمت.

Kreitner, R. and Kinicki, A. (2008). *Organizational Behavior*. McGraw Hill.

Robbins, S. P., Judge, T. A. and Campbell, T. T. (2010). *Organizational Behavior*. Pearson Prentice Hall.

Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G. and Osborn, R. N. (2011). *Organizational Behavior*. Wiley.



مدیریت منابع انسانی پیشرفته (۱۵۰۲)		عنوان فارسی درس	
Advanced Human Resource Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت منابع انسانی (۱۰۰۹)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس اتخاذ نگرشی جامع نسبت به مفهوم مدیریت منابع انسانی، معرفی روش‌ها و فنون نوین در توسعه منابع انسانی با تاکید بر سازمان‌های کوچک و دانش‌محور است. همچنین دانشجویان پس از گذراندن این درس با مدیریت منابع انسانی در ایران و در برخی دیگر از کشورها آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- نقش مدیریت منابع انسانی در کسب مزیت رقابتی سازمان
- معرفی سایت‌های معتبر جهانی در حوزه مشاوره منابع انسانی
- آشنایی نظری و کاربردی با رویکرد نقاط مرجع استراتژیک (SRP)
- ساختار سازمانی و موردکاوی طراحی ساختار یکی از شرکت‌های صنعتی
- مدل‌های شایستگی محور و تحلیل شغل در عصر آینده
- استفاده از مدل DISC در انتخاب کارکنان
- الگوهای نوین در نظام جامع آموزش
- مدیریت استعدادها و کارکرد آن در حوزه منابع انسانی
- سیستم جانشین پروری مدیران و بررسی مفهوم منتورینگ
- رویکردهای نوین در مدیریت عملکرد
- جبران خدمات دانشگاه‌ها و استعدادهای (نخبگان)
- مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های هولدرینگ و فراملیتی
- الگوهای شایستگی مدیران منابع انسانی
- مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های کوچک و متوسط
- مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه‌محور
- سیستم‌های مدیریت منابع انسانی در فرهنگ ایرانی-اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- عباسپور، عباس (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی پیشرفته: رویکردها، فرایندها و کارکردها. سمت.
- قلی پور، آرین و آغاز، عسل (۱۳۹۲). مدیریت منابع انسانی پیشرفته: طراحی، تحلیل، ارزشیابی و طبقه بندی مشاغل. سازمان مدیریت صنعتی.
- Armstrong, M. and Baron, A. (2005). *Managing Performance*. CIPD.
- Bamberger, P. and Meshoulam, I. (2000). *Human Resource Strategy: Formulation, Implementation, and Impact*. Sage.
- Cook, M. (2003). *Personnel Selection: Adding Value through People* (4th edition) Chichester, Wiley.
- Gupta, S. C. (2009). *Advance Human Resource Management: Strategic Perspective*. Ane Books.
- Ivancevich, J. M. (2009). *Human Resource Management*. McGraw Hill.
- Noe, R., Hollenbeck, J., Gerhart, B. and P. Wright (2010). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage* (7th edition). McGraw Hill.
- Roberts, G. (2005). *Recruitment and Selection*. CIPD.
- Snell, S. A. and Bohlander, G. W. (2009). *Managing Human Resources* (15th edition). Cengage Learning.



توسعه سازمانی (۱۵۰۳)		عنوان فارسی درس
Organizational Development		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد: <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		دروس پیش نیاز
-		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با رویکردهای علمی و کاربردی توسعه در سطوح فردی، گروهی و سازمانی به منظور قادر ساختن دانشجویان به ارزیابی نقادانه و کاربرد چنین رویکردهایی است.

سرفصل درس:

- مبانی توسعه سازمانی
- تاریخچه توسعه سازمانی
- نقش ارزش‌ها، پیش‌فرض‌ها و باورها در توسعه سازمانی
- نظریه‌های توسعه سازمانی
- اخلاق و توسعه سازمانی
- مدیریت فرایند توسعه سازمان
- توسعه فردی و توسعه تیمی
- راهکارهای توسعه همزمان فرد، تیم و سازمان
- قدرت، سیاست و توسعه سازمان
- مشاوره در توسعه سازمانی
- نقش رهبران تحول‌آفرین در توسعه و تحول سازمانی
- وجوه منفی رهبری تحول‌آفرین
- رهبری تغییر در سازمان به منظور توسعه سازمانی
- توسعه و پرورش رهبران سازمانی
- توسعه و تحول سازمانی از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Anderson, D. L. (2011). Organization Development: The Process of Leading Organizational Change (2nd edition). Sage Publications.
- Beekun, R. I. and Badawi, J. A. (1999). Leadership: An Islamic Perspective. Amana Pubns.
- Cheung-Judge, M. Y. and Holbeche, L. (2012). Organization Development: A Practitioner's Guide for OD and HR. Kogan Page.
- Cummings, T. G. and Worley, C. G. (2004). Organization Development and Change (8th edition). Mason.
- French, W., Bell, C. and Zawacki, R. (2004). Organization Development and Transformation: Managing Effective Change. McGraw Hill.
- McLean, G. N. (2005). Organization Development: Principles, Processes, Performance. Berrett-Koehler Publishers.
- Sullivan, R. L. and Sullivan, A. (2009). Practicing Organization Development: A Guide for Leading Change. Pfeiffer.



دانش و مهارت‌های کار تیمی (۱۵۰۴)		عنوان فارسی درس
Teamwork Knowledge and Skills		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با دانش، مهارت‌های لازم برای انجام کارها به صورت تیمی و افزایش توان ارتباطی و مدیریتی آنان برای عضویت مؤثر در یک تیم و یا رهبری تیم است.

سرفصل درس:

- پایه‌های کار تیمی اثربخش و مدل‌های اثربخشی در تیم
- انواع تیم‌ها و تفاوت‌های تیم با گروه
- توسعه فرهنگ کار تیمی
- عوامل سازنده و مخرب کار تیمی
- نقش رهبران در اثربخشی کار تیمی
- روش‌های پاداش دهی به تیم
- ابزارها و زیرساخت‌های توسعه کار تیمی
- نقش ویژگی‌های فردی و سازمانی در توسعه کار تیمی
- مراحل تیم‌سازی
- روش‌های انتخاب اعضای تیم
- نقش بازی‌های تیمی در شکل‌گیری تیم‌ها
- مدیریت تعارض در تیم‌ها
- راهکارهای افزایش خلاقیت و نوآوری در تیم‌ها
- روش‌های تصمیم‌گیری گروهی
- کارهای تیمی موفق در ایران و کشورهای دیگر



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سناپس (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

رضاییان، علی (۱۳۹۱). تیم‌سازی در قرن بیست‌ویکم (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
Beatty, C. A. and Scott, B. (2004). Building Smart Teams: A Roadmap to High Performance. Sage.

- Carter, C. J., Bishop, J. and Kravits, S. (2012). Keys to Success: Teamwork and Leadership. Prentice Hall.
- Goetsch, D. L. (2003). Effective Teamwork: Ten Steps for Technical Professions. Prentice Hall.
- Katzenbach, J. and Smith, D. (1993). The Magic of Teams. Harvard Business School Press.
- Parker, G. M. (2008). Team Players and Teamwork: New Strategies for Developing Successful Collaboration (2nd edition). Jossey Bass.
- Salas, E. (2013). Developing and Enhancing Teamwork in Organizations: Evidence Based Best Practices and Guidelines. Jossey Bass.



سیستم‌های جبران خدمت (۱۵۰۵)		عنوان فارسی درس	
Compensation Systems		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت منابع انسانی (۱۰۰۹)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات و تکنیک‌های کاربردی طراحی، مدیریت و ارزیابی برنامه‌های جبران خدمات (دربرگیرنده حقوق و مزایا) به منظور بهبود عملکرد سازمانی و افزایش انگیزه کارکنان است.

سرفصل درس:

- نقش مدیریت منابع انسانی
- نظریه‌های جبران خدمات
- مدلی برای تصمیمات پرداخت
- جبران خدمات استراتژیک
- پرداخت شغل محور و شاغل محور و مزایا و معایب هر کدام
- پرداخت ثابت و پرداخت متغیر
- استفاده از سیستم Hay در ارزشیابی شغل و جبران خدمات
- پرداخت‌های انگیزشی بلندمدت و کوتاه‌مدت
- پرداخت‌های انگیزشی جمعی (تیمی، واحدی و سازمانی)
- استراتژی‌ها و رویکردهای جبران خدمات دانشجویان و استعدادهای
- جبران خدمات مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره
- جبران خدمات در شرکت‌های هولدینگ
- تاثیر فرهنگ ملی بر جبران خدمات
- طراحی سیستم جبران خدمات در عمل
- بررسی سیستم جبران خدمات در صنعت و جهان
- بررسی وضعیت سیستم جبران خدمات در سازمان‌های دولتی و خصوصی ایران



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

ارمسترانگ، مایکل (۱۳۹۰)، مدیریت جبران خدمات، ترجمه سیدرضا سیدجوادین، بهروز بورولی و الهام جمالی پویا، ارگ.

قلی پور، آرین و آغاز، عسل (۱۳۹۲)، مدیریت منابع انسانی پیشرفته: سیستم حقوق و مزایا. سازمان مدیریت صنعتی

- Armstrong, M. (2007). A Handbook of Employee Reward Management and Practice. Kogan Page.
- Armstrong, M. and Brown, D. (2006). Strategic Reward. Kogan Page.
- Balsam, S. (2002). An Introduction to Executive Compensation. Academic Press.
- Chingos, P. T. (2002). Paying for Performance: A Guide to Compensation Management. Wiley.
- Gerhart, B. and Rynes, S. L. (2003). Compensation: Theory, Evidence, and Strategic Implications. Sage.
- Henderson, R. I. (2000). Compensation Management in a Knowledge-Based World. Prentice Hall.
- Lawler, E. E. (1990). Strategic Pay. Jossey Bass.
- Martocchio, J. J. (2012). Strategic Compensation: A Human Resource Management Approach (7th edition). Prentice Hall.
- White, G. and Druker, J. (2008). Reward Management: A Critical Text (2nd edition). Routledge.



قدرت و سیاست در سازمان‌ها (۱۵۰۶)		عنوان فارسی درس
Power and Politics in Organizations		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با منابع قدرت سازمانی و سازوکارهای کلیدی برای استفاده بهینه و کارآمد از قدرت و نفوذ در سازمان است. همچنین دانشجویان با گذراندن این درس با فنون اثرگذاری بر دیگران و علل بروز رفتارهای سیاسی در سازمان و مدیریت آن‌ها آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- ماهیت و منابع قدرت در سازمان
- مبانی روانشناختی قدرت و نقش شخصیت و تفاوت‌های فردی در آن
- رویکردها و نظریه‌های مختلف پیرامون قدرت در سازمان
- سازوکارهای استفاده موثر و اخلاقی از قدرت در سازمان
- نقش قدرت در ایجاد جو همکاری و تحول در سازمان
- موانع بر سر راه اعمال نفوذ و استراتژی‌های مقابله با آن‌ها
- پویایی‌های قدرت و از دست دادن قدرت سازمانی
- ارتباط فرهنگ، نمادها و زبان با قدرت در سازمان
- تکنیک‌های نفوذ بر دیگران
- مدیریت نفوذ و اثرگذاری بر دیگران
- طراحی و پیاده‌سازی استراتژی‌ها و تاکتیک‌های سیاسی در سازمان
- نقش سیاست در ایجاد تحول سازمانی
- عوامل موثر رفتارهای سیاسی در سازمان
- روش‌های مدیریت و کنترل رفتارهای سیاسی در سازمان
- سیاست و بعد اخلاقی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت رفتارهای سیاسی در سازمان (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.

Bacharach, S. M. (1980). *Power and Politics in Organizations: The Social Psychology of Conflict, Coalitions, and Bargaining* (1st edition). Jossey Bass.

Clegg, S. R., Courpasson, D. and Phillips, N. X. (2006). *Power and Organizations*. Pine Forge Press.

Fairholm, G. W. (2009). *Organizational Power Politics: Tactics in Organizational Leadership* (2nd edition). Praeger.

Pfeffer, J. (1993). *Managing with Power: Politics and Influence in Organizations* (1st edition). Harvard Business Review Press.



مدیریت استراتژیک منابع انسانی (۱۵۰۷)		عنوان فارسی درس	
Strategic Human Resource Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	
مدیریت منابع انسانی (۱۰۰۹)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس کسب دیدگاهی جامع در حوزه تدوین و ارزیابی استراتژی‌های منابع انسانی از منظر عوامل محیط داخلی و خارجی است. انتظار می‌رود که دانشجویان پس از گذراندن این درس، مهارت‌های تدوین و پیاده‌سازی استراتژی منابع انسانی را به طور عملی فراگیرند.

سرفصل درس:

- تاریخچه و کلیات مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- تحلیل مدیریت منابع انسانی در بستر محیطی
- نقش کارشناسان واحد منابع انسانی در همسویی استراتژیک
- رویکردهای مختلف به مدیریت استراتژیک منابع انسانی
- همسویی استراتژی‌های منابع انسانی و استراتژی‌های سازمان
- نقش مدیریت استراتژیک منابع انسانی در توسعه سازمان
- معرفی مدل‌های استراتژی منابع انسانی
- بررسی تفصیلی مدل نقاط مرجع استراتژیک
- تکنیک‌های تدوین استراتژی‌های منابع انسانی
- روش‌های اجرای استراتژی‌های منابع انسانی
- مدیریت استراتژیک منابع انسانی در سازمان‌های کوچک
- رویکردها و چالش‌های مدیریت استراتژیک منابع انسانی در بستر بین‌المللی
- مدیریت استراتژیک منابع انسانی و سیستم‌های دارای عملکرد بالا
- مدیریت استراتژیک منابع انسانی و چابکی سازمانی
- بررسی موردی عملکرد شرکت‌های برتر در حوزه تدوین استراتژی منابع انسانی
- مدیریت استراتژیک منابع انسانی با تاکید بر ارزش‌های ایرانی - اسلامی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

آرمسترانگ، مایکل (۱۳۸۴). مدیریت استراتژیک منابع انسانی: راهنمای عمل. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

بامبرگر، پیتر، مشولم، لن (۱۳۸۹). استراتژی منابع انسانی: تدوین، اجرا و اثر. ترجمه علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

Armstrong, M. (2008). Strategic Human Resource Management: A Guide to Action. Kogan Page.

Bamberger, P. and Meshoulam, I. (2000). Human Resource Strategy: Formulation, Implementation, and Impact. Sage.

Holbeghe, L. (2009). Aligning Human Resources and Business Strategy. Elsevier

Ingham, J. (2006). Strategic Human Capital Management: Creating Value Through People. Butterworth-Heinemann.

Leopold, J. and Harris, L. (2009). The Strategic Managing Of Human Resources (2nd edition). Prentice Hall.

Millmore, M., Lewis, P., Saunders, M., Thornhill, A. and Morrow, T. (2007). Strategic Human Resource Management. Prentice Hall

Schuler, R. and Jackson, S. (2007). Strategic Human Resource Management (2nd edition). Wiley Blackwell.

Stewart, G. L. and Brown. K. G. (2009). Human Resource Management: Linking Strategy To Practice. Wiley.



مدیریت بین فرهنگی (۱۵۰۸)		عنوان فارسی درس
Cross-Cultural Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با دیدگاه‌های متنوع در حوزه فرهنگ سازمانی و ملی در جهت کسب مزیت رقابتی، چالش‌های مدیریتی به ویژه در شرکت‌های چندملیتی و شیوه برخورد با آن‌هاست.

سرفصل درس:

- نظریه‌های فرهنگ سازمانی از دیدگاه اندیشمندان مختلف
- نظریه‌های فرهنگ ملی از دیدگاه اندیشمندان مختلف
- مطالعات گلوب در حوزه فرهنگ ملی
- تاثیر محیط فرهنگی بر کسب و کار و بر سایر ابعاد محیطی
- مبانی تعامل بین فرهنگ‌ها
- رویکردهای مختلف مدیریت تنوع فرهنگی
- مدیریت فرهنگی در شرکت‌های ادغام شده بین‌المللی
- رهبری در شرکت‌های چندملیتی
- نقش مدیریت منابع انسانی در مدیریت فرهنگ
- راهکارهای تغییر فرهنگ سازمانی
- نقش مذاکره و ارتباطات در مدیریت فرهنگ
- مدیریت تنوع و مدیریت تعارض بین فرهنگی
- راهکارهای توسعه تعاملات بین فرهنگی
- تجارب برتر شرکت‌های عوقق در مدیریت فرهنگ
- فرهنگ ایرانی-اسلامی و تاثیر آن بر توسعه



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۹). مدیریت فراملیتی و جهانی: نگرش تطبیقی. سمت.

علی احمدی، علیرضا، نصرافیهانی، محمد، علی احمدی، حسین، مالکی، ناصر و ذبیحی، علی (۱۳۸۴). شناخت فرهنگ، فرهنگ سازمانی و مدیریت بر آن. تولید دانش.

Adler, N. (2007). International Dimensions of Organizational Behavior. South-Western.

Browaeys, M. J. and Price, R. (2011). Understanding Cross-Cultural Management (2nd edition). Prentice Hall.

Driskill, G. W. and Brenton, A. L. (2010). Organizational Culture in Action: A Cultural Analysis Workbook(2nd edition). Sage.

Gesteland, R. R. (2012). Cross-Cultural Business Behavior: A Guide for Global Management (5th edition). Copenhagen Business School Press.

Guillain, Ch.(2012). Islamic Culture. Heinemann-Raintree.

Hodgetts, R. M., Luthans, F. and Doh, J. (2005). International Management: Culture, Strategy and Behavior. McGraw Hill.

Holden, N. J. (2001). Cross-Cultural Management: A Knowledge Management Perspective (1st edition). Financial Times Management.

Kim S. Cameron, Quinn, R. E. (2011). Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework (3rd edition). Jossey Bass.

Madhavan, Sh. (2012). Cross Cultural Management. Oxford University Press.

Schein, E. (2010). Organizational Culture and Leadership. Jossey Bass.

Schneider, S. and Barsoux, J. L. (2002). Managing Across Cultures. Prentice Hall.

Thomas, D. C. (2008). Cross-Cultural Management: Essential Concepts (2nd edition). Sage.

Velo, V. (2011). Cross-Cultural Management. Business Expert Press.



مباحث منتخب در رفتار سازمانی و منابع انسانی (۱۵۰۹)		عنوان فارسی درس
Selected Topics in Organizational Behaviour and Human Resources		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه رفتار سازمانی و منابع انسانی و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



تدارکات و تامین مالی پروژه (۱۶۰۱)		عنوان فارسی درس	
Project Procurement and Finance		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات تامین مالی پروژه، قراردادهای و تدارکات است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مکانیزم تامین مالی پروژه
- بازارهای مالی، صورت‌های مالی، جریان نقدی، مالیات و ارزش زمانی پول
- اوراق قرضه، ارزش گذاری اوراق قرضه و نرخ بهره
- هزینه سرمایه
- بررسی جریان‌های نقدی
- ساختار بندی مالی و مستندات، استانداردهای موجود در زمینه گزارش‌دهی مالی
- کار با سرمایه‌گذاران و وام‌دهندگان
- قرارداد پروژه: موافقت‌نامه، قرارداد کمکی
- ریسک تجاری، اقتصادی و سیاسی قراردادها
- مناقشات و دعوی قراردادها
- مدیریت تدارکات، تقابل تدارکات و زمان بندی پروژه
- اصول و فنون مذاکره
- مناقصه و مزایده، مفاهیم و انواع آن
- گارانتی و بیمه



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Blum, B. A. (2007). Contracts: Examples and Explanations. Aspen Publishers Online.
 Chen, Y. and Arko, F. N. (2003). Principles of Contracting for Project Management. Umt Press.
 Esty, B. C. (2003). Modern Project Finance: A Casebook. Wiley.

Fleming, Q. W. (2003). Project Procurement Management: Contracting, Subcontracting, Teaming. Fmc Press.

Gatti, S. (2012). Project Finance in Theory and Practice, Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects (2nd edition). Academic Press.

Guth, S. R. (2009). Project Procurement Management:: A Guide to Structured Procurements. Guth Ventures.

Lindstrom, D. (2013). Procurement Project Management Success: Achieving a Higher Level of Effectiveness. J Ross Pub.

Yescombe, E. R. (2002). Principles of Project Finance. Academic Press.



مدیریت پروژه پیشرفته (۱۶۰۲)		عنوان فارسی درس	
Advanced Project Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات پیشرفته مدیریت پروژه و ابزارها و تکنیک‌های مورد استفاده در این زمینه و همچنین آشنایی با مفاهیم مدیریت پروژه در سازمان‌های پروژه‌محور است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مدیریت استراتژیک پروژه‌ها
- بلوغ مدیریت پروژه
- مدیریت پروژه‌های مشکل‌دار (ارزیابی دوباره پروژه، روند بازیابی، بازسازی تیم، محدوده‌بندی دوباره، برنامه‌ریزی، برآورد و اجرای دوباره)
- مدیریت تحویل پروژه‌ها (بررسی انواع روش‌ها)
- سازمان‌های پروژه‌محور
- تکنیک‌های پیشرفته زمان‌بندی (در شرایط عدم قطعیت، فعالیت‌های چند اجرایی)
- لجستیک پروژه‌ها
- مدیریت پروژه‌های جهانی (شناخت طبیعت، سهام‌داران، برنامه‌ریزی و سازماندهی، محیط زیست و حقوقی، مذاکرات جهانی)
- مفاهیم جدید در مدیریت پروژه (مدیریت پروژه چابک، مدیریت پروژه ناب)

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

داور، آلن (۱۳۸۹). مدیریت پروژه پیشرفته. ترجمه محمدباقر نوبخت. موسسه تحقیق و توسعه نوین دانشمند.

Binder, J. C. (2007). Global Project Management: Communication, Collaboration and Management Across Borders. Gower Publishing.

Cleland, D. L. and Gareis, R. (2006). Global Project Management Handbook: Planning, Organizing and Controlling International Projects. McGraw Hill.

Grundy, T. and Brown, L. (2002). Strategic Project Management: Creating Organizational Breakthroughs. CengageBrain.

Harrison, F. L. and Lock, D. (2004). Advanced Project Management: A Structured Approach. Gower Publishing.



- Highsmith, J. (2009). *Agile Project Management: Creating Innovative Products*. Pearson Education.
- Huemann, M., Turner, J. R. and Keegan, A. E. (2004) *Human Resource Management in the Project-oriented Organization: Questions for Future Research*. Project Management Institute.
- Kerzner, H. (2004). *Advanced Project Management: Best Practices on Implementation*. Wiley.
- Kodama, M. (2007). *Project-Based Organization in the Knowledge-Based Society: Innovation by Strategic Communities*. Imperial College Press.
- Koskinen, K. U. and Pihlanto, P. (2008). *Knowledge Management in Project-based Companies*. Palgrave Macmillan.
- Project Management Institute. (2008). *Organizational Project Management Maturity Model*. Project Management Institute.
- Schwaber, K. (2004). *Agile Project Management with Scrum*. O'Reilly Media.
- Smith, J. M. (2001). *Troubled IT projects*. IEE.
- Turner, J. R., Huemann, M. and Keegan, A. (2008). *Human Resource Management in the Project-oriented Organization*. Project Management Institute.
- Turner, J. T. (2008). *The Handbook of Project-based Management: Leading Strategic Change in Organizations (3rd edition)*. McGraw Hill.



ارتباط موثر، مذاکره و مدیریت تعارض در مدیریت پروژه (۱۶۰۳)		عنوان فارسی درس
Effective Communication, Negotiation and Conflict Management in Project Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)، مدیریت بازاریابی (۱۰۰۵)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با اصول و مفاهیم برقراری ارتباطات موثر در محیط‌های پروژه‌ای، شیوه‌های مذاکره در پروژه و راهکارهای مدیریت تعارض در مشاغل پروژه‌ای است.

سرفصل درس:

- اصول و مفاهیم کلیدی ارتباطات در پروژه
- ارتباطات میان‌فردی، درون پروژه‌ای و بین پروژه‌ای
- ابزارها و مدل‌های ارتباطات موثر در مدیریت پروژه
- نقش ارتباطات غیرکلامی در محیط‌های پروژه‌ای
- جنسیت و تاثیر آن در ارتباطات
- موانع برقراری ارتباطات موثر در تیم‌های پروژه‌ای
- تئوری‌ها و مدل‌های مدیریت مذاکرات
- تاثیر تفاوت‌های فرهنگی بر مدیریت مذاکرات
- استراتژی‌ها و رویکردهای مذاکره در پروژه
- بهبود مهارت‌ها و رفتارهای مطلوب برای مذاکره
- تاکتیک‌های غیراخلاقی در مذاکره و روش‌های حل مناقشات در مذاکره
- انواع تعارض در پروژه و منابع و بیش‌آیندهای بروز آن
- پیامدهای مطلوب و نامطلوب تعارض و نقش اخلاق در این زمینه
- فرایندها و مدل‌های مدیریت تعارض در تیم‌های پروژه‌ای
- کاربرد مدل DISC در مدیریت تعارض و ارتباطات موثر کارکنان در محیط‌های پروژه‌ای

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت تعارض و مذاکره (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
فیشر، راجر و یوری، ویلیام (۱۳۹۱). اصول و فنون مذاکره. ترجمه مسعود حیدری. سازمان مدیریت صنعتی.



- Campbell-PMP, M. (2009). *Communications Skills for Project Managers*. AMACOM.
- Dow, W. and Taylor, B. (2008). *Project Management Communications Bible*. Wiley.
- Dana, D. (2000). *Conflict Resolution*. McGraw Hill.
- Irwin, B. (2007). *Managing Politics and Conflict in Projects*. Management Concepts Press.
- Kliem-PMP, R. L. (2007). *Effective Communications for Project Management*. Auerbach Publications.
- Kremenyuk, V. A. (2002). *International Negotiation: Analysis, Approaches, Issues*. Jossey Bass.
- Kraus, S. (2001). *Strategic Negotiation in Multiagent Environments*. MIT press.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M. and Minton, J. W. (1999). *Negotiation: Readings, Exercises, and Cases*. McGraw Hill.
- Stone, D., Patton, B., Heen, S. and Fisher, R., (2010). *Difficult Conversations: How to Discuss What Matters Most*. Penguin Books.
- Spangle, M. L. and Isenhardt, M. W. (2003). *Negotiation: Communication for Diverse Settings*. Sage.



عنوان فارسی درس		امکان‌سنجی و ارزیابی پروژه (۱۶۰۴)	
عنوان لاتین درس		Project Feasibility Study and Evaluation	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی
		<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		مدیریت پروژه (۱۰۳۴)	
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات امکان‌سنجی و ارزیابی پروژه است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- انتخاب پروژه و فرایندها
- عناصر پروژه
- ارزیابی منابع (نیروی انسانی، مواد اولیه و فناوری)
- چالش‌های فناوری
- امکان‌سنجی همزمان زمان، هزینه و کیفیت
- امکان‌سنجی اقتصادی
- هزینه و سرمایه‌گذاری پروژه، محرک‌های اقتصادی
- امکان‌سنجی اجتماعی و محیط زیستی
- ریسک‌های موجود و روش‌های مقابله
- مدیریت تغییر
- انتظارات و معیارهای موفقیت، عوامل بحرانی موفقیت پروژه
- دلایل شکست پروژه
- آشنایی با نرم‌افزارهای به‌روز

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	نمایند (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Ardalan, A. (1999). Economic and Financial Analysis for Engineering and Project Management. CRC.
- Baker, K. (2000). Project Evaluation and Feasibility Analysis: For Hospitality Operations. Hospitality Press.
- Munsaka, T. (2013). The Importance of Project Feasibility Study: With Practical Examples. GRIN Verlag.
- Samset, K. (2003). Project Evaluation: Making Investments Succeed. Akademika Publishing.
- Tang, S. L. (2003). Economic Feasibility of Projects: Managerial and Engineering Practice. Chinese University Press.



مباحث رفتاری و رهبری در مدیریت پروژه (۱۶۰۵)		عنوان فارسی درس	
Behavioral Issues and Leadership in Project Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات رفتاری در مدیریت پروژه نظیر تیم‌سازی، فرهنگ، مدیریت استرس و انگیزه است. همچنین دانشجویان با گذراندن این درس با نقش رهبری در محیط‌های پروژه‌ای و شایستگی‌های لازم در این زمینه آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- کلیات، مفاهیم، کاربردها و سطوح رفتار سازمانی
- نقش و اهمیت عوامل رفتاری در مدیریت پروژه
- شیوه‌های ایجاد انگیزه در مشاغل پروژه‌ای
- یادگیری کارکنان و روش‌های تعدیل رفتاری در مدیریت پروژه
- شایستگی‌های لازم برای رهبری پروژه
- نقش هوش هیجانی در رهبری پروژه
- طراحی چشم‌انداز برای پروژه و نقش رهبران بصیرتی در این زمینه
- قدرت، نفوذ و سیاست در مدیریت پروژه
- عوامل انسانی و بویایی‌های تیم در مدیریت پروژه
- نقش رهبری در تیم‌سازی برای پروژه
- مدیریت استرس در محیط‌های پروژه‌ای
- مکانیزم‌های افزایش اعتماد میان اعضای پروژه
- فرهنگ سازمانی موثر برای محیط‌های پروژه‌ای
- ملاحظات اخلاقی در مدیریت پروژه
- چالش‌های رفتاری در سازمان‌های پروژه‌ای



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- قلی‌پور، آرین (۱۳۹۱). مدیریت رفتار سازمانی (رفتار فردی). سمت.
 رضاییان، علی (۱۳۹۱). تیم‌سازی در قرن بیست‌ویکم (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
 Pinto, J. K. (1998). Project Leadership: From Theory to Practice. Project Management Institute.

Robbins, S. and Maylor, H. (2004). *Essentials of Organizational Behavior and Project Management*. Prentice Hall.

Verma, V. K. (1996). *Human Resource Skills for the Project Manager: The Human Aspects of Project Management*. Project Management Institute.

Wong, Z. (2007). *Human Factors in Project Management: Concepts, Tools, and Techniques for Inspiring Teamwork and Motivation*. Jossey Bass.



مدیریت استراتژیک پروژه (۱۶۰۶)		عنوان فارسی درس	
Strategic Project Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس مرور میانی مدیریت استراتژیک پروژه، کسب توانایی همسوسازی استراتژی سطح کسب و کار و سطح طرح و پروژه، مهارت مدیریت پروژهها و طرحها با رویکردی استراتژیک است.

سرفصل درس:

- مقایسه پایه مدیریت استراتژیک در سازمان
- بیانیه جهت گیری استراتژیک سازمان-تعیین مأموریت، ترسیم چشم انداز و تدوین ارزشها
- تحلیل محیط بیرونی و تکنیکهای آن
- تحلیل محیط درونی و تکنیکهای آن
- روشهای تدوین استراتژی- رویکرد تناسب استراتژیک (SWOT)
- روشهای تدوین استراتژی- رویکرد موقعیت یابی و استراتژیهای عمومی
- روشهای تدوین استراتژی- رویکرد مبتنی بر منابع
- مدیریت استراتژیک در سازمانهای پروژه محور
- مدیریت پروژه به عنوان منبع مزیت رقابتی
- همراستا کردن استراتژی پروژه با استراتژی کسب و کار
- اولویت بندی و انتخاب سید مناسبی از پروژههای مختلف
- نقش دفاتر مدیریت پروژه/طرح در سازمانها (PMO)
- عدل های بلوغ مدیریت پروژه و طرح
- مدیریت اثربخش ذی نفعان
- مدیریت ریسک پروژهها
- استراتژیهای تامین منابع مالی برای پروژهها و طرحها
- کنترل استراتژیک پروژهها



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمونهای نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

کلابچی، محمود و فرجی، امیر (۱۳۹۰). مدیریت استراتژیک پروژه. دانشگاه تهران.

Callahan, K. R. and Brooks, L. M. (2004). Essentials of Strategic Project Management. Wiley.

Kerzner, H. R. (2001). Strategic Planning for Project Management Using a Project Management Maturity Model. Wiley.

Moore, S. (2009). Strategic Project Portfolio Management: Enabling a Productive Organization. Wiley.

Roberts, R. (2012). Strategic Project Management: Creating the Conditions for Success. Kogan Page Publishers.

Schmidt, T. (2009). Strategic Project Management Made Simple: Practical Tools for Leaders and Teams. Wiley.



مدیریت پروژه در تحقیق و توسعه (۱۶۰۷)		عنوان فارسی درس
Project Management in Research and Development		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با پروژه‌های تغییر و توسعه، انتقال، توسعه فناوری است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- تحقیق و توسعه، انواع آن و معیارهای سنجش
- طراحی ساختارهای تحقیق و توسعه
- شبکه ملی نوآوری، نهادها و سازمان‌های مجری، کسب و کار دانش‌بنیان
- نوسازی و عوامل تغییرات داخلی و خارجی سازمان‌ها
- فرایند تشخیصی، مداخله و مشاوره در تحقیق و توسعه
- مدیریت گروه و تیم تحقیق و توسعه، مکانیزم‌های انگیزشی، مشخصه‌های تیم‌های اجرایی قوی
- موانع تغییر و مدیریت تغییر
- برنامه‌ریزی برای آینده و کنترل فعالیت‌های تحقیق و توسعه
- برنامه‌ریزی و کنترل پروژه‌ها (گانت چارت، کنترل مسیر بحرانی (CPM)، PERT، GERT)
- پیش‌بینی و ارزیابی فناوری
- فرایند انتقال فناوری، توسعه فناوری، نوآوری در فناوری و کسب درآمد از فناوری
- مباحث حقوقی مالکیت معنوی
- چالش‌های مرتبط با محیط زیست
- تامین سرمایه‌های تحقیق و توسعه

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- تینگستاد، جیمز (۱۳۸۵). چگونگی مدیریت بر کارکنان بخش تحقیق و توسعه. ترجمه علی خاکبازان، علی اصغری و ظاهره سادات حمیدی. نوربخش.
- فدایی منش، امید (۱۳۸۶). مدیریت تحقیق و توسعه. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- مهدوی، محمدتقی (۱۳۹۲). مدیریت واحدهای تحقیق و توسعه. دیدار پارسیان، انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن.



- Burgelman, R. A., Christensen, C. M. and Wheelwright, S. C. (2008). Strategic Management of Technology and Innovation. McGraw Hill.
- Harris, T. (2007). Collaborative Research and Development Projects: A Practical Guide. Springer.
- Jain, R., Triandis, H. C. and Weick, C. W. (2010). Managing Research, Development and Innovation: Managing the Unmanageable. Wiley.
- McLeod, T. S. (1988). The Management of Research, Development and Design in Industry. Gower Technical Press.
- Tingstad, J. E. (1991). How to Manage the R and D Staff: A Looking-Glass World. AMACOM.



مدیریت پروژه در ساخت و ساز (۱۶۰۸)		عنوان فارسی درس	
Project Management in Construction		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		درس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت پروژه‌های ساخت و ساز است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مفاهیم ساخت و ساز
- ارزیابی فنی، اقتصادی و اجتماعی پروژه‌های ساخت و ساز
- بودجه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و تامین مالی پروژه‌های ساخت و ساز
- تحلیل قراردادها
- مناقصه و مزایده
- قانون مناقصه و مزایده در ایران
- بهترین روش‌های اجرایی در صنعت ساخت و ساز
- نظام فنی و اجرایی پروژه‌های ساخت و ساز
- ارزیابی پیشنهادات
- تدوین استراتژی پیمان در ابعاد حقوقی، اقتصادی و اجرایی
- اطلاعات و ارتباطات در مدیریت ساخت و ساز
- نرم‌افزارهای کامپیوتری در مدیریت ساخت و ساز
- مدیریت کیفیت و شش سیگما در صنعت ساخت و ساز
- ایمنی و رعایت استانداردها در پروژه‌های ساخت و ساز
- چالش‌های زیست محیطی
- اصول ساخت و ساز سبز

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

کریس، هندریکسون و او، تانگ (۱۳۷۳). مدیریت پروژه‌های ساختمانی. ترجمه محمدتقی بانکی. دانشگاه تهران. مجلس شورای اسلامی، قانون برگزاری مناقصات در ایران و آیین‌نامه‌های مربوطه.

Hendrickson, C. and Au, T. (1989). Project Management for Construction: Fundamental Concepts for Owners, Engineers, Architects, And Builders. Chris Hendrickson.

Lingard, H. and Rowlinson, S. (2005). Occupational Health and Safety in Construction Project Management. Taylor and Francis.

Murdoch, J. and Hughes, W. (2007). Construction Contracts: Law and Management. Taylor and Francis.

Project Management Institute. (2007). Construction Extension to the PMBOK. Project Management Institute.

Rowlinson, S. and Mcdermott, P. (1999). Procurement Systems: A Guide to Best Practice in Construction. Taylor and Francis.

Sears, S. K., Sears, G. A. and Clough, R. H. (2008). Construction Project Management: A Practical Guide to Field Construction Management. Wiley.

Smith, N. J., Merna, T. and Jobling, P. (2009). Managing Risk: In Construction Projects. Wiley-Blackwell.

Winch, G. M. (2010). Managing Construction Projects. Wiley-Blackwell.



مدیریت پروژه در فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۶۰۹)		عنوان فارسی درس
Project Management in Information and Communications Technology		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مفاهیم داده، اطلاعات و ارتباطات
- آشنایی با روش‌های کنترل پروژه‌های ITC، IT
- برنامه‌ریزی فناوری اطلاعات و ارتباطات
- فرایندهای کلیدی در مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات
- مدیریت نیازمندی‌ها و محدوده پروژه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
- مدیریت سیستم‌های یکپارچه پروژه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
- سیستم‌های ارتباطی (تلفن ثابت و موبایل)
- شبکه ارتباطی (روش‌های بهبود شبکه، چالش‌های بهبود KPI)
- سیستم‌های نرم‌افزاری
- سیستم‌های اطلاعاتی
- زیرساخت‌های فناوری ITC، IT
- آشنایی با FTTX
- پایگاه داده‌ها (مفاهیم، معماری و بررسی مدل‌های مختلف)
- مدیریت پروتکل‌ها و استانداردهای کیفی پروژه‌های نرم‌افزاری
- آشنایی با مفاهیم e-Commerce، e-Money، Mobile Money
- آشنایی با خدمات ارزش افزوده
- آشنایی با سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی
- آشنایی با مفاهیم داده‌کاوی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵



منابع:

- جوزف، فیلیپس (۱۳۸۶). مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات. ترجمه مریم کاویانی. علوم رایانه.
- Cadle, J. and Yeates, D. (2004). Project Management for Information Systems. Prentice Hall.
- Galliers, R. D. and Leidner, D. E. (2003). Strategic Information Management. Routledge.
- Korhonen, T. O. and Ainamo, A. (2003). Handbook of Product and Service Development in Communication and Information Technology. Springer.
- Mallach, E. G. (2000). Decision Support and Data Warehouse Systems. McGraw Hill.
- Marchewka, J. T. (2009). Information Technology Project Management. Wiley.
- Reynolds, J. (2004). The Complete E-commerce Book: Design, Build and Maintain a Successful Web-Based Business.
- Schwalbe, K. (2010). Information Technology: Project Management. Course Technology Ptr.
- Schwalbe, K. (2010). Information Technology: Project Management. Cengage Learning.



مدیریت پروژه در نفت، گاز و پتروشیمی (۱۶۱۰)		عنوان فارسی درس	
Project Management in Oil, Gas and Petroleum		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت پروژه (۱۰۳۳)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مباحث تخصصی تدارکات و قراردادهای پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- بودجه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و تامین مالی پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- حقوق و قانون پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- مناقصه و مزایده
- قانون مناقصه و مزایده در ایران
- مدیریت دعوای و مناقشات پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- ارزیابی فنی، اجتماعی و اقتصادی پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- شرایط کار، بهداشت، ایمنی و محیط زیست
- فرایند اکتشاف
- عملیات حفاری، مشکلات حفاری و بهینه‌سازی آن
- تولید و بهبود فرایند بازیابی
- خطوط انتقال، توزیع و عرضه
- تامین امنیت در پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- انتقال فناوری در پروژه‌های نفت، گاز و پتروشیمی
- اطلاعات و ارتباطات در مدیریت ساخت و ساز
- اصول ساخت و ساز سبز

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Babusiaux, D. (2007). Oil and Gas Exploration and Production: Reserves, Costs, Contracts. Editions Technip.
 Badiru, A. B. and Osisanya, S. O. (2013). Project Management for the Oil and Gas Industry: A World System Approach. CRC Press.



- Conaway, C. F. (1999). *The Petroleum Industry: A Nontechnical Guide*. Pennwell.
- Emingway, R. W. (1971). *Law of Oil and Gas*. Thomson.
- Hyne, N. J. (2012). *Nontechnical Guide to Petroleum Geology, Exploration, Drilling, and Production*. Pennwell.
- Inkpen, A. C. and Moffett, M. H. (2011). *The Global Oil and Gas Industry: Management, Strategy, and Finance*. Pennwell.
- Jahn, F., Cook, M. and Graham, M. (2008). *Hydrocarbon Exploration and Production*. Elsevier.
- Marler, T. (1994). *Introduction to Oil and Gas Environmental Project Management*. Pennwell.
- Seba, R. D. (1998). *Economics of Worldwide Petroleum Production*. OGC Publications.



مدیریت ریسک پروژه (۱۶۱۱)		عنوان فارسی درس
Project Risk Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفاهیم ریسک و مدیریت آن، آشنایی با مدیریت پروژه با ریسک بالا، عدم قطعیت و اطمینان پایین و روش‌ها و ابزارهای مناسب است.

سرفصل درس:



- آشنایی اجمالی با درس
- مبانی ریسک، ریسک به عنوان تهدید و فرصت
- مراحل مختلف ریسک
- شناسایی اهداف پروژه، دامنه، سهام‌داران
- تکنیک‌های شناسایی ریسک
- پیش‌بینی ریسک‌ها و عدم قطعیت‌ها
- ارزیابی کمی و کیفی ریسک
- اولویت‌بندی ریسک‌های پروژه
- استراتژی‌های مناسب پاسخ ریسک
- عوامل انسانی در معرض ریسک
- مدیریت ریسک و تداوم کسب و کار (قیدها، ریسک‌ها و مشکلات)
- فناوری در تصمیم‌گیری‌های پروژه
- مدیریت پیش‌فرض‌ها و تنظیمات ذهنی پروژه
- مدیریت حوزه‌های مختلف (زمان، هزینه، کیفیت و منابع انسانی در پروژه‌های با ریسک بالا و عدم قطعیت و اطمینان پایین)
- مدیریت خرید و تدارکات در پروژه‌های با ریسک بالا و عدم قطعیت و اطمینان پایین
- آشنایی با نرم‌افزارهای به‌روز

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

داگلاس، مایکل (۱۳۹۱). مدیریت یکپارچه ارزش و ریسک: راهنمایی برای اجرای بهتر پروژه‌ها. ترجمه سیدعلیرضا میرمحمد صادقی و حسام‌الدین اصلانی. موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

Barkley, B. (2004). Project Risk Management. McGraw Hill.

- Chapman, C. and Ward, S. (1996). *Project Risk Management: Processes, Techniques and Insights*. Wiley.
- Dobson, M. (2010). *Creative Project Management*. McGraw Hill.
- Hillson, D. and Simon, P. (2007). *Practical Project Risk Management*. Management Concepts Press.
- Loch, C. H., DeMeyer, A. and Pich, M. T. (2011). *Managing the Unknown: A New Approach to Managing High Uncertainty and Risk in Projects*. Wiley.
- Project Management Institute. (2010). *Practical Standard for Project Risk Management*. Project Management Institute.



مدیریت طرح و سبد پروژه (۱۶۱۲)		عنوان فارسی درس	
Management of Programs and Project Portfolios		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت طرح و سبد پروژه است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- طرح، پروژه و سبد پروژه
- اصول مدیریت طرح و سبد پروژه‌ها
- ارتباط بین مدیریت سبد پروژه‌ها، طرح استراتژیک، طرح بودجه
- تحلیل سبد پروژه‌ها
- تحلیل ریسک و مدیریت ریسک در سطح پروژه، طرح و سبد پروژه‌ها
- درخت تصمیم‌گیری و بهینگی
- اولویت‌بندی پروژه با استفاده از تجزیه و تحلیل چند هدفه
- بهینگی در مقابل رضایت
- بهینه‌سازی سبد پروژه‌ها
- شروع، برنامه‌ریزی، اجرا، کنترل و بستن طرح و سبد پروژه‌ها
- دفتر مدیریت پروژه / طرح / سبد پروژه‌ها
- آشنایی با نرم‌افزارهای به‌روز مانند EPPM



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

Brown, J. T. (2008). The Handbook of Program Management: How to Facilitate Project Success with Optimal Program Management. McGraw Hill.

Levine, H. A. (2005). Project Portfolio Management: A Practical Guide to Selecting Projects, Managing Portfolios, and Maximizing Benefits. Jossey Bass.

Project Management Institute. (2013). The Standard for Program Management. Project Management Institute.

Rad, P. F. and Levin, G. (2006). Project Portfolio Management: Tools and Techniques. International Institute for Learning.

مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه‌محور (۱۶۱۳)		عنوان فارسی درس
Human Resource Management in Project-Oriented Organizations		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت پروژه (۱۰۳۴)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مدیریت منابع انسانی در پروژه است. دانشجویان با گذراندن این درس با شیوه‌های برنامه‌ریزی نیروی انسانی، آموزش، ارزیابی عملکرد و شیوه‌های پرداخت به اعضای پروژه آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- کلیات مدیریت منابع انسانی
- اهمیت و کارکردهای مدیریت منابع انسانی در پروژه
- سازمان‌های پروژه‌محور و مسائل مدیریتی آنها
- مدیریت استراتژیک منابع انسانی در پروژه
- ساختار سازمانی سازمان‌های پروژه‌محور
- طراحی مشاغل پروژه‌های
- تحلیل مشاغل پروژه‌های
- برنامه‌ریزی نیروی انسانی برای پروژه
- روش‌های انتخاب اعضای پروژه
- شیوه‌های آموزش اعضای پروژه
- روش‌های ارزیابی عملکرد تیم‌های پروژه‌های
- شیوه‌های پرداخت به اعضای پروژه
- مکانیزم‌های انگیزشی برای مدیران پروژه
- مدیریت منابع انسانی در پروژه‌های بین‌المللی
- چالش‌های مدیریت منابع انسانی در سازمان‌های پروژه‌های



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Dow, W. and Taylor, B. (2008). Project Management Communications Bible. Wiley.

Meredith, J. R. and Mantel, S. J. (2011). Project Management: A Managerial Approach (8th edition). Wiley.

Morris, P. and Pinto, J. K. (2010). The Wiley Guide to Project Organization and Project Management Competencies. Wiley.

Turner, R., Rodney, D. T. and Huemann, M. (2007). Human Resource Management in the Project-oriented Organization. Project Management Institute.

Verma, V. K. (1996). Human Resource Skills for the Project Manager: The Human Aspects of Project Management. Project Management Institute.



مدیریت مناقشات و دعاوی (۱۶۱۴)		عنوان فارسی درس	
Conflicts and Dispute Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت مناقشات و دعاوی در پروژه و روش‌های پیشگیری از بروز دعاوی حقوقی است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- شناخت و مدیریت محدوده پروژه
- نقش مسائل حقوقی در فرایند توسعه و اجرای پروژه
- قانون حاکم بر قرارداد، انواع آن و اجزای اصلی قرارداد
- مسئولیت مدنی
- اخلاق حرفه‌ای در قرارداد
- علل بروز دعاوی حقوقی
- برنامه‌ریزی و مستندسازی دعاوی
- آنالیز و کمی‌سازی دعاوی
- دعاوی در قرارداد و انواع آن
- الزامات قرارداد و تخطی از آن
- ضمانت و بیمه
- شرایط عمومی و خصوصی قرارداد
- فرایندهای حل و فصل دعاوی حقوقی
- روش پیشگیرانه از بروز دعاوی حقوقی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

Chappell, D., Powell-Smith, V. and Sims, J. H. (2008). Building Contract Claims. Wiley.
 Davison, R. P. and Mullen, J. (2009). Evaluating Contract Claims. Wiley.
 Grenig, J. E. (2005). Alternative Dispute Resolution. Thomson.
 Levin, P. (1998). Construction Contract, Claims, Changes and Dispute Resolution. ASCE Publications.
 Raj, N. M. (2009). Quick Guide to Construction Claims. Prime Consulting.
 Turner, D. F. and Turner, A. (1999). Building Contract Claims and Disputes. Longman.



مدیریت و مهندسی ارزش (۱۶۱۵)		عنوان فارسی درس	
Value Management and Engineering		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با دانشجویان با مفاهیم مهندسی و مدیریت ارزش در پروژه‌ها است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مبانی مدیریت ارزش پروژه
- اصول کلیدی در مدیریت ارزش
- رویکردهای مدیریت ارزش
- فرایند مدیریت ارزش
- برنامه‌ریزی ارزش
- مهندسی ارزش
- تحلیل و آنالیز ارزش
- تکنیک‌های مدیریت ارزش (افزایش انگیزه افراد، کارگروهی، نوآوری، توسعه مهارت، ...)
- ارزیابی احتیاجات پروژه
- سیستم‌های جایگزین و مدیریت ذینفعان
- توسعه و پیاده سازی سیستم مبتنی بر ارزش
- مدیریت ارزش به عنوان یک ابزار مدیریت
- نقش مدیریت ارزش در مدیریت ریسک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

داگلاس، مایکل (۱۳۹۱). مدیریت یکپارچه ارزش و ریسک: راهنمایی برای اجرای بهتر پروژه‌ها. ترجمه سیدرضا میرمحمد صادقی و حسام‌الدین اصلانی. موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی.

Kerzner, H. R. (2011). Project Management Metrics, KPIs, and Dashboards: A Guide to Measuring and Monitoring Project Performance. Wiley.

Neely, A. D., Adams, C. and Kennerley, M. (2002). The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success. Prentice Hall Financial Times.

Stewart, R. B. (2010). Value Optimization for Project and Performance Management. Wiley.
Venkataraman, R. R. and Pinto, J. K. (2008). Frontmatter: Cost and Value Management. Wiley.



مباحث منتخب در سازمان‌های پروژه محور (۱۶۱۶)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Project-Oriented Organizations		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه پروژه و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



تجارت الکترونیک (۱۷۰۱)		عنوان فارسی درس	
Electronic Commerce		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مدل‌های مختلف کسب و کار در فضای مجازی و الکترونیک، نحوه ارائه خدمات یا کالا، پرداخت الکترونیکی و خدمات پس از فروش در کسب و کار الکترونیک است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر کسب و کار الکترونیک
- روندهای موجود در تجارت الکترونیک
- استراتژی‌های پایه‌ای در کسب و کار الکترونیک
- مشارکت‌های استراتژیک (برای توسعه کسب و کارهای الکترونیک)
- مدل‌های کسب و کار الکترونیک
- جذب مشتری و برندسازی
- استانداردها و پروتوکل‌های موجود (برای ایجاد کسب و کار الکترونیک)
- بانکداری الکترونیک
- سیستم‌های پرداخت الکترونیک
- ارزش‌گذاری کسب و کار الکترونیک
- محیط و فضای کسب و کار الکترونیک
- مالکیت حق معنوی برای کسب و کار الکترونیک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

- خداداد، سیدحمید، عزیزی، شهریار و میرحسینی، حسین (۱۳۸۵). کسب و تجارت الکترونیکی: رویکردی مدیریتی. سمت.
- شیلدرز، مورل (۱۳۹۱). تجارت الکترونیک و برنامه‌ریزی منابع سازمان. ترجمه علی یارسانیان و پیام حنفی‌زاده. ترمه.
- Brynjolfsson, E. and Urban, G. L. (2001). Strategies for E-business Success. Wiley.
- Chaffey, D. (2011). E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice (5th edition). Prentice Hall.
- Laudon, K. and Traver, C. G. (2013). E-Commerce (9th edition). Prentice Hall.
- Schneider, G. (2010). Electronic Commerce (9th edition). Cengage Learning.
- Turban, E., King, D. and Lang, J. (2010). Introduction to Electronic Commerce. Prentice Hall.

مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۷۰۲)		عنوان فارسی درس	
Information and Communications Technology Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس ایجاد توانایی برای برنامه‌ریزی استراتژیک در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و مدیریت در این حوزه است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌های بر استراتژی سازمان و استراتژی فناوری اطلاعات
- چالش‌های مدیریت سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات
- طرح و برنامه استراتژیک برای سیستم‌های اطلاعات و ارتباطات
- مدیریت منابع خدمات-اطلاعات
- چرخه عمر توسعه سیستم فناوری اطلاعات
- اصلاح فرایندها و فعالیت‌های سازمان برای بهبود کیفیت
- سازماندهی و مدیریت امنیت سیستم‌های اطلاعاتی
- کسب و انتقال فناوری اطلاعات
- ارتباط با فروشندگان و مذاکرات قراردادی
- مدیریت مرکز داده سازمان
- برون سپاری پروژه‌های فناوری اطلاعات
- تهیه درخواست پیشنهاد برای پروژه‌ها
- بودجه‌ریزی برای پروژه‌های فناوری اطلاعات
- مدیریت پروژه‌های فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعات
- تهیه نقشه راه فناوری اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی
- مدیریت ریسک در پروژه‌های فناوری اطلاعات



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

فتحیان، محمد و مهدوی‌نور، سیدحاتم (۱۳۹۱). مبانی و مدیریت فناوری اطلاعات. دانشگاه علم و صنعت ایران.

- Applegate, L. M., Austin, R. D. and Mcfarlan, F. W. (2007). Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases. McGraw Hill.
- Bouwman, H., Van Den Hooff, B., Van De Wijngaert, L and Van Dijk, J. A. G. M (2005). Information and Communication Technology in Organizations: Adoption, Implementation, Use and Effects. Sage.
- Brown, C. V., Dehayes, D. W. (2011). Managing Information Technology (7th edition). Prentice Hall.
- Browning, L. Sætre, A. S., Stephens, K. K. and Sornes, J. O. (2008). Information and Communication Technologies in Action: Linking Theories and Narratives Of Practice. Routledge.
- Chew, E. K. And Gottschalk, P. (2009). Information Technology Strategy and Management: Best Practices. Information Science Reference.
- Koh, S. C. L. and Maguire, S. (2008). Information and Communication Technologies Management in Turbulent Business Environments. Information Science Reference.
- Korhonen, T. O. and Ainamo, A. (2003). Handbook of Product and Service Development in Communication and Information Technology. Springer.
- Pham, T., Pham, D. K. And Pham, A. T. (2013). From Business Strategy to Information Technology Roadmap: A Practical Guide for Executives and Board Members. Productivity Press.
- Turban, E., Leidner, D., McLean, E. and Wetherbe, J. (2008). Information Technology for Management. Wiley.



برنامه‌های جامع فناوری اطلاعات (۱۷۰۳)		عنوان فارسی درس
Information Technology Master Plans		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات (۱۷۰۲)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با برنامه جامع فناوری اطلاعات شامل برنامه استراتژیک، راهبری فناوری اطلاعات است.

سرفصل درس:

- فناوری اطلاعات و اهمیت آن در جهان امروز
- ارکان فناوری اطلاعات
- نقش فناوری اطلاعات در مدیریت فرایندهای کسب و کار سازمان
- چالش‌های مدیریت سیستم‌های اطلاعات و فناوری
- برنامه استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی: استراتژی سازمان و استراتژی فناوری
- مدل‌ها و روش‌های طراحی استراتژیک فناوری اطلاعات
- مدیر ارشد فناوری اطلاعات (CIO) و منابع آرایه خدمات اطلاعات
- مسائل مربوط به سازماندهی در چرخه حیات توسعه سیستم فناوری اطلاعات
- اطمینان از عملکرد باکیفیت فناوری اطلاعات از طریق استفاده از بهترین شیوها
- آشنایی با زیرساخت‌های فناوری اطلاعات در سطح سازمانی
- تحلیل کسب و کار فعلی و اهداف استراتژیک سازمان
- نقش استراتژی رقابتی، چارچوب معماری فناوری اطلاعات و اصول ساخت مدل‌های معماری
- تنظیم چارچوب و استاندارد برای معماری ساختار فناوری اطلاعات (ITIL / IEC 38500 / COBIT/ISO و غیره)
- سازماندهی و فرایندهای مدیریت امنیت
- حرکت از معماری به اجرای پروژه، دانش فنی و ملاحظات مالی اجرای پروژه
- اندازه گیری اثربخشی پروژه
- اکتساب فناوری اطلاعات، انتخاب فروشنده و مذاکرات قرارداد
- کنترل های دارایی‌های اطلاعات، مرکز مدیریت داده‌های و برون‌سپاری فناوری اطلاعات
- مدل‌ها و روش‌های تدوین برنامه کلان فناوری اطلاعات
- فرایندهای تدوین برنامه کلان فناوری اطلاعات
- تدوین طرح کلان فناوری اطلاعات
- مدیریت پروژه های فناوری اطلاعات



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	نمایند (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- اعرابی، سیدمحمد و حقیقت ثابت، حسین (۱۳۸۹). استراتژی سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات. مهکامه.
- علی احمدی، علیرضا، ابراهیمی، مهدی و سلیمانی، حجت (۱۳۸۴). برنامه‌ریزی استراتژیک فناوری اطلاعات و ارتباطات. تولید دانش.
- Applegate, L. M., Austin, R. D. and Mcfarlan, F. W. (2007). Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases. McGraw Hill.
- Bernus, P., Nemes, L. and Schmidt, G. (Eds.). (2003). Handbook on Enterprise Architecture. Springer.
- Lankhorst, M. (2013). Enterprise Architecture at Work: Modelling, Communication and Analysis. Springer.
- Luftman, J. N., Bullen, C. V., Liao, D., Nash, E. and Neumann, C. (2004). Managing the Information Technology Resource: Leadership in the Information Age. Pearson Education.
- Saha, P. (Eds.). (2007). Handbook of Enterprise Systems Architecture in Practice. IGI Global.
- Van Grembergen, W. And De Haes, S. (2009). Enterprise Governance of Information Technology: Achieving Strategic Alignment and Value. Springer.
- Van Grembergen, W. and Dehaes, S. (2007). Implementing Information Technology Governance: Models, Practices and Cases. IGI Publishing.



تحلیل و طراحی سیستم‌های اطلاعاتی (۱۷۰۴)		عنوان فارسی درس
Analysis and Design of Information Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با تجزیه و تحلیل و طراحی یک سیستم اطلاعاتی، همچنین فرایند توسعه، پیاده‌سازی و پشتیبانی یک سیستم اطلاعاتی است.

سرفصل درس:

- مدیریت موارد اساسی در توسعه یک سیستم
- معماری سیستم‌های بزرگ اطلاعات در سازمان‌ها
- چرخه عمر توسعه سیستم‌های بزرگ اطلاعات
- استراتژی‌های توسعه و به‌کارگیری سیستم‌های بزرگ اطلاعات
- انتخاب سیستم و نرم‌افزار و شناسایی فروشنده‌ها
- تغییر سازمانی و مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار (برای پیاده‌سازی سیستم‌های بزرگ اطلاعات)
- مدیریت زنجیره تامین با استفاده از سیستم‌های اطلاعات
- مدیریت ارتباط با مشتریان با استفاده از سیستم‌های اطلاعات
- برنامه‌ریزی منابع سازمانی با استفاده از سیستم‌های اطلاعات
- مدیریت چرخه عمر محصول با استفاده از سیستم‌های اطلاعات
- یکپارچه‌سازی سیستم‌های بزرگ اطلاعات
- پشتیبانی تصمیم‌گیری
- پشتیبانی همکاری و کار گروهی
- پشتیبانی فعالیت دانش‌محور
- چالش‌های آینده

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۹۰). تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم‌ها (مبانی سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت). دانشگاه علامه طباطبائی.

- Laudon, K. C. and Laudon, J. P. (2012). Essentials of Management Information Systems. Prentice Hall.
- McLeod Jr, R. and Schell, G. (2006). Management Information Systems (10th edition). Prentice Hall.
- Sprague Jr, R. H., Mcnurlin, B. C. and Bui. T. (2009). Information Systems Management in Practice (8th edition). Prentice Hall.
- Piccoli, G. (2007). Information Systems for Managers: Texts and Cases. Wiley.
- Valacich, J. S., Schneider, C. (2013). Information Systems Today: Managing in the Digital World. Pearson Education.



سیستم‌های اطلاعاتی استراتژیک (۱۷۰۵)		عنوان فارسی درس
Strategic Information Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با رویکرد استراتژیک به استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی در سازمان است. سیستم‌های اطلاعاتی به عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به مزیت رقابتی، افزایش بهبود بهره‌وری و اثربخشی فرایندهای کسب و کار شناخته می‌شوند. توسعه سیستم‌های اطلاعاتی باید با برنامه‌ریزی، توسعه، پیاده‌سازی و ارزیابی دقیق با در نظر گرفتن عوامل اجتماعی، اخلاقی، فرهنگی و غیره صورت پذیرد.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر اهمیت سیستم‌های اطلاعاتی استراتژیک
- آشنایی با زیرساخت‌های شبکه و اینترنت در فضای کسب و کار
- بررسی استراتژی‌های کسب و کار و استفاده از اطلاعات
- روش‌های برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
- تحلیل زنجیره ارزش و عامل کلیدی موفقیت در زنجیره
- سازماندهی و تعریف محدوده
- نگاهی به کسب و کار و ارزیابی رقابتی
- ارزیابی وضعیت کنونی
- فرصت‌های فناوری اطلاعات
- استراتژی‌های فناوری اطلاعات
- تعریف داده‌ها و روش‌های نگهداری و توسعه داده‌ها در سازمان
- مفهوم نقش، قوانین و روابط در برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
- نقش فناوری ارتباطات در برنامه‌ریزی سیستم‌های اطلاعات استراتژیک
- نقش فناوری ارتباطات در برنامه‌ریزی توسعه سازمانی، مدیریت تغییر و توسعه منابع انسانی
- طرح توسعه فناوری و معماری زیرساخت‌های فناوری اطلاعات
- فرایند برنامه‌ریزی برای توسعه سیستم‌های اطلاعاتی استراتژیک
- برنامه‌ریزی سیستم‌های کسب و کار (BSP)
- برنامه‌ریزی سیستم‌های استراتژیک (SSP)
- پیاده سازی متدولوژی مهندسی اطلاعات (IEM) در سازمان
- برنامه عملیاتی توسعه طرح فناوری اطلاعات
- تعریف و برنامه‌ریزی پروژه



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به انتخاب مدرس ترم)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- رهنورد، فرج‌الله (۱۳۹۲). مدیریت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی. نشر نی.
- کلارک، استوی (۱۳۸۹). مدیریت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی. ترجمه داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- Applegate, L. M., Austin, R. D. and McFarlan, F. W. (2007). Corporate Information Strategy and Management: Text and Cases. McGraw Hill.
- Callon, J. D. (1995). Competitive Advantage through Information Technology. McGraw Hill.
- Cassidy, A. (2005). A Practical Guide to Information Systems Strategic Planning. CRC press.
- Hunter M. G., (2009). Strategic Information Systems: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications. Information Science Reference.
- Kevin, G., Hackney, R. and Edgar, D. A. (Eds.). (2009). Strategic Information Systems Management. CengageBrain.
- Pearlson, K. and Saunders, C. S. (2004). Managing and Using Information Systems: A strategic approach. Wiley.
- Ward, J. L. and Peppard, J. (2007). Strategic Planning for Information Systems. Wiley.



سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری (۱۷۰۶)		عنوان فارسی درس
Decision Support Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعات: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با سیستم‌های پشتیبان تصمیم در لایه‌های مختلف تصمیم‌گیری در یک سازمان، همچنین آشنایی با فناوری‌های اطلاعات و سیستم‌های اطلاعاتی در پشتیبانی از فرایندهای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر مفاهیم تصمیم‌گیری
- اجزای یک سیستم پشتیبان تصمیم
- تصمیم‌بندی سیستم‌های پشتیبان تصمیم
- مدل‌سازی سیستم‌های پشتیبان تصمیم
- مدل‌های سیستم‌های پشتیبان تصمیم
- سیستم پشتیبان تصمیم برای گروه GDSS
- خصوصیات و فرایندهای پیاده‌سازی سیستم پشتیبان
- مدیریت دانش و سیستم‌های وابسته به آن برای تصمیم‌سازی
- تکنیک‌های معرفی و ارائه دانش (شکله‌های معنایی، قالب‌ها، قوانین و استانداردها)
- هوش تجاری، ساختار و اجزای آن
- تعریف انبار داده، مفهوم، انواع و کاربردهای آن
- سیستم‌های OLAP
- کشف و استخراج دانش از پایگاه داده‌ها KDD
- مفاهیم داده‌کاوی و متن‌کاوی و کاربرد آن‌ها
- سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت و سیستم‌های خبره

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Mallach, E. G. (2000). Decision Support and Data Warehouse Systems. McGraw Hill.
 Marakas, G. M. (2002). Decision Support Systems in the 21st Century. Prentice Hall.
 Power, D. (2002). Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers. Praeger.



- Sauter, V. L. (2011). *Decision Support Systems for Business Intelligence (2nd edition)*. Wiley.
- Taylor, J. (2011). *Decision Management Systems: A Practical Guide to Using Business Rules and Predictive Analytics*. IBM Press.
- Turban, E., Sharda, R., Delen, D. and Efraim, T. (2010). *Decision Support and Business Intelligence Systems (9th edition)*. Prentice Hall.



سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی (۱۷۰۷)		عنوان فارسی درس
Expert Systems and Artificial Intelligence		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد: <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش‌نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با سیستم‌های خبره و هوش مصنوعی و قابلیت‌ها و کاربردهای چنین سیستم‌هایی است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر هوش مصنوعی و سیستم‌های خبره
- مبانی و تاریخچه هوش مصنوعی و مرزهای دانش در هوش مصنوعی
- اصول و ویژگی‌های راه حل‌های هوش مصنوعی
- عاملین هوشمند، ساختار و عملکرد عاملین هوشمند و محیط‌ها
- برنامه‌ریزی، مهندسی دانش برای برنامه‌ریزی
- قابلیت‌ها و کاربردهای سیستم‌های خبره
- دسته‌بندی نرم‌افزار سیستم خبره
- فناوری سیستم خبره
- عدم قطعیت و منطق فازی
- نحوه عمل کردن در شرایط عدم قطعیت، روش‌ها و کاربرد
- توسعه و تعمیر و نگهداری سیستم‌های خبره
- سیستم‌های خبره در سازمان: مزایا و محدودیت‌ها
- بررسی اجمالی از هوش مصنوعی کاربردی
- پردازش زبان طبیعی
- ریاتیک
- چشم‌انداز کامپیوتر
- پردازش گفتار کامپیوتری
- شبکه‌های عصبی
- برنامه‌های کاربردی مختلف از تکنیک‌های هوش مصنوعی در عوامل هوشمند، سیستم‌های خبره، شبکه‌های عصبی مصنوعی و مدل‌های یادگیری ماشین
- توسعه برنامه‌های کاربردی در یک زبان هوش مصنوعی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاریت مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- راسل، استوارت جانانان و نورویک، پیتز (۱۳۹۲). رویکردی نوین در هوش مصنوعی. ترجمه سعید راحتی، محمد بهداد و حمید تیموری آستان قدس رضوی. دانشگاه امام رضا.
- غضنفری، مهدی و کاظمی، زهره (۱۳۸۲). اصول و مبانی سیستم‌های خیره با فصولی درباره، شبکه‌های عصبی مصنوعی، تئوری مجموعه‌های فازی. دانشگاه علم و صنعت ایران.
- Hopgood, A. A. (2012). Intelligent Systems for Engineers and Scientists. CRC press.
- Jackson Jr, P. C. (2013). Introduction to Artificial Intelligence. Dover Publications.
- Joseph, G. and Gary, R. (2005). Expert Systems: Principles and Programming. Thomson Course Technology.
- Lucci, S. and Kopec, D. (2012). Artificial Intelligence in the 21st Century. Mercury Learning and Information.
- Luger, G. F. (2008) Artificial Intelligence: Structures and Strategies for Complex Problem Solving (6th edition), Addison-Wesley.
- Patterson, D. (1990). Introduction to Artificial Intelligence and Expert Systems. Prentice Hall.
- Russell, S. J.; Norvig, P. (2009), Artificial Intelligence: A Modern Approach (2nd edition). Prentice Hall.
- Schalkoff, R. J. (2011). Intelligent Systems: Principles, Paradigms and Pragmatics. Jones and Bartlett Publishers.
- Serra, R. and Zanarini, G. (2012). Complex Systems and Cognitive Processes. Springer.
- Winston, P. (1992). Artificial Intelligence (3rd edition). Addison-Wesley.



مدیریت ارتباط با مشتریان (۱۷۰۸)		عنوان فارسی درس
Customer Relationship Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد: <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: <input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با موضوعات مدیریت ارتباط با مشتری برای بدست آوردن، حفظ و توسعه مشتریان است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- پی بردن به معنای مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)
- زنجیره ارزش CRM
- فناوری اطلاعات در CRM
- تحلیل مشتری
- رابطه نزدیک با مشتری
- ایجاد و مدیریت شبکه مشتریان
- روابط با تامین کنندگان
- روندهای موجود در روابط بین مشتری و تامین کنندگان
- ایجاد ارزش برای مشتریان
- مدیریت چرخه عمر مشتری (بدست آوردن مشتری، حفظ مشتری، توسعه مشتریان)
- سازماندهی برای CRM



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به انتخاب مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

حیدری، بهمن و الهی، شعبان (۱۳۹۱). مدیریت ارتباط با مشتری. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
 موتمنی، علیرضا، جعفری، ابراهیم و مجرد، فایق (۱۳۹۰). مدیریت ارتباط با مشتری. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
 Buttle, F. (2008). Customer Relationship Management (2nd edition). Elsevier Publishing.
 Gupta, S. and Lehmann, D. R. (2005). Managing Customers as Investments: The Strategic Value of Customers in the Long Run. Wharton School Publishing.
 Jha, L. (2008). Customer Relationship Management: A Strategic Approach. Global India Publications Pvt.
 Kincaid, J. W. (2002). Customer Relationship Management: Getting It Right!. Prentice Hall.

Kumar, V. and Reinartz, W. J. (2012). Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools (2nd edition). Springer.

Raab, G., Ajami, R. A., Gargeya, V. B. and Goddard, G. J. (2008). Customer Relationship Management. Ashgate.

Storbacka, K. and Lehtinen, J. R. (2001). Customer Relationship Management. McGraw Hill.



مدیریت فرایندهای کسب و کار (۱۷۰۹)		عنوان فارسی درس
Business Process Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	چیرانی	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش‌نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی با مدیریت فرایند کسب و کار شامل مفاهیم، روش‌ها، تکنیک‌ها برای طراحی، نظارت، بیکربندی، اجرا و تحلیل فرایندهای کسب و کار است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر فرایند و مدیریت فرایند کسب و کار
- آشنایی با انواع فرایندهای مدیریتی، عملیاتی و پشتیبانی
- راهکارهای مدیریت فرایندهای کسب و کار سازمان
- تعهد مدیریت ارشد به مدیریت فرایندهای کسب و کار
- شناسایی فرایندهای سازمان
- تکنیک‌های مدل‌سازی، اعتبارسنجی، شبیه‌سازی و تایید فرایند
- استانداردهای مدل‌سازی فرایند
- توسعه و استقرار فرایندهای کسب و کار
- مدیریت و تعامل برای فرایندهای استقرار یافته
- کنترل کارایی فرایندهای در حال اجرا
- استفاده از فناوری اطلاعات برای مدیریت فرایندها
- معیارهای ارزیابی کیفی و کمی کارایی فرایندها
- شناسایی فرصت‌ها و بهبود فرایندها
- به‌کارگیری مهندسی مجدد فرایندها، مدیریت کیفیت فراگیر و دیگر ابزار بهبود فرایند
- نگهداری و به‌روز رسانی فرایندها

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

عمید، امین (۱۳۹۲). بازمهندسی فرایندهای کسب و کار. سمت.



Anupindi, R. Chopra, S., Deshmukh, S., Mieghem, J. and Zemel, E. (2011). Managing Business Process Flows (3rd edition). Prentice Hall.

Chang, J. F. (2005). Business Process Management Systems: Strategy and Implementation. Auerbach Publications.

Dumas, M. La Rosa, M. Mendling, J. Reijers, H. (2013). Fundamentals of Business Process Management. Springer.

Fingar, P. and Odell, J. J. (2013). Business Process Management: The Next Wave. Meghan-Kiffer Press.

Jeston, J. and Nelis, J. (2008). Business Process Management (2nd edition). Routledge.

Weske, M. (2012). Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures (2nd edition). Springer.



هوش کسب و کار (۱۷۱۰)		عنوان فارسی درس
Business Inteligance		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم هوش کسب و کار (هوش تجاری) است که در آن به منظور ایجاد فرایندهای کمی برای کسب و کار برای شناخت تصمیمات بهینه و اکتشاف دانش کسب و کار، ایجاد زیرساخت‌های لازم برای گزارش‌دهی استراتژیک قابل استفاده در مدیریت استراتژیک کسب و کار، ایجاد فرایندهای مدیریت دانش استفاده می‌شود.

سرفصل درس:

- آشنایی با هوش و هوش کسب و کار در سازمان
- مدیریت استراتژیک کسب و کار و برنامه‌ریزی فناوری
- مدیریت عملکرد کسب و کار و شاخص‌های کلیدی عملکرد
- مفاهیم فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاربرد آن در کسب و کار
- کاربردهای راه‌حل‌های فناوری در مدل‌سازی فرایندهای کسب و کار
- تاثیر هوش تجاری در سازمان
- استراتژی‌های هوش کسب و کار
- مفاهیم، مدل‌ها و فرایندهای تصمیم‌گیری در سازمان
- هوش و هوش کسب و کار و پردازش وقایع پیچیده تعاملی و تحلیل تجویز
- مفاهیم بنیادی داده، کیفیت داده، داده‌کاوی
- مفاهیم پایه هوش کسب و کار (BI)
- ابزارهای BI و فرصت‌های حاصل از آن‌ها
- سنجش آمادگی هوش کسب و کار
- مفاهیم پایه انبار داده
- مفاهیم پایه فرایندکاوی، تحلیل آماری، تحلیل پیش‌نگرانه، مدل‌سازی پیش‌نگرانه
- هوش کسب و کار و دارایی‌های دانش سازمانی و مدیریت دانش (KM)
- هوش کسب و کار از اسناد متنی و صفحات اینترنت (متن کاوی و وب کاوی)
- برنامه‌ریزی برای هوش کسب و کار و مدیریت پروژه هوش تجاری
- آخرین تحولات و روندهای آینده هوش کسب و کار



روش ارزیابی پیشنهادی:

عیان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	%۵۰	%۲۵	%۲۵

منابع:

- توربان، افریم، کینگ، دیوید، شاردا، رامش و آرونسون، جی ای (۱۳۹۰). هوش تجاری: رویکرد مدیریتی. ترجمه روح‌الله نوری، محمدرحیم اسفیدانی. موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- Chang, E., Hussain, F. and Dillon, T. (2006). Trust and Reputation for Service-oriented Environments: Technologies for Building Business Intelligence and Consumer Confidence. Wiley.
- Michalewicz, Z., Schmidt, M., Michalewicz, M. and Chiriac, C. (2006). Adaptive Business Intelligence. Springer.
- Moss, L. T. and Atre, S. (2003). Business Intelligence Roadmap: The Complete Project Lifecycle for Decision-Support-Applications. Addison-Wesley Professional.
- Turban, E., Sharda, R., Delen, D. and King, D. (211). Business Intelligence. Prentice Hall.
- Turban, E., Sharda, R., Delen, D. and Efraim, T. (2007). Decision Support and Business Intelligence Systems. Pearson Education.
- Vitt, E., Luckevich, M. and Misner, S. (2010). Business Intelligence. O'Reilly.
- Williams, S. and Williams, N. (2010). The Profit Impact of Business Intelligence. Morgan Kaufmann.



مباحث منتخب در سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات (۱۷۱۱)		عنوان فارسی درس
Selected Topics in Information Systems and Technology		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: <input type="checkbox"/> دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه سیستم‌های اطلاعاتی و فناوری اطلاعات و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



استراتژی عملیات (۱۸۰۱)		عنوان فارسی درس
Operations Strategy		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت عملیات (۱۰۰۷)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنا کردن دانشجویان با مباحث استراتژی عملیات و تاکتیکها و ابزارهای مورد استفاده در این زمینه است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با استراتژی عملیات
- ابزارهای استراتژی عملیات
- زمینه‌های تصمیم‌گیری مدیریتی
- آنالیز قیمت رقابتی
- مدیریت فناوری در استراتژی عملیات
- استراتژی عملیات تجارت الکترونیک
- مورد کسب و کار-تولید
- مورد کسب و کار-خدمت
- استراتژی مدیریت جهانی
- استراتژی مدیریت اجرای ناب
- تاکتیکها و استراتژی‌های اجرا
- ثبات فرایندها
- پنج S
- جریان ارزش



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

لویس، مایکل و اسنگ، نایجل (۱۳۸۸). استراتژی عملیات (استراتژی تولید و خدمات). ترجمه سیدمحمد معطر حسینی و علی حسین‌زاده کاشان. دانشگاه امیرکبیر.

واترز، دونالد (۱۳۸۹). استراتژی تولید و عملیات. ترجمه سیدمحمد اعرابی و امیر مصطفوی. مهکامه.

Beckman, S. and Rosenfield, D. (2007). Operations Strategy: Competing in the 21st Century. McGraw Hill.

- Slack, N. and Lewis, M. (2002). Operations Strategy. Prentice Hall.
Slack, N., Chambers, S. and Johnston, R. (2010). Operations Management. Pearson Education.
Stevenson, W. J. and Hojati, M. (2007). Operations Management. McGraw Hill.
Van Mieghem, J. A. (2008). Operations Strategy: Principles and Practice. Dynamic Ideas.
Waters, D. and Waters, C. D. J. (2006). Operations Strategy. CengageBrain.



مدیریت زنجیره تامین (۱۸۰۲)		عنوان فارسی درس	
Supply Chain Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا کردن دانشجویان با مباحث کلاسیک زنجیره تامین و پرورش مهارت‌های آنان برای استفاده از دانش و مهارت‌های حاصله در بستر سازمانی است. همچنین با ارائه مثال‌های کاربردی، مباحث اجرایی مدیریت زنجیره تامین در سازمان‌ها مورد بحث و تحلیل مقدماتی قرار خواهد گرفت.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- بلوک‌های سازنده شبکه زنجیره تامین
- شاخص‌های عملکرد
- تصمیم‌گیری‌ها در دنیای زنجیره تامین
- مدل‌ها برای تصمیم‌گیری در زنجیره تامین
- مدیریت موجودی زنجیره تامین
- مدل‌های اندازه سفارش اقتصادی
- مدل‌های نقطه سفارش مجدد
- سیستم‌های موجودی چند سطحی
- پیش‌بینی تقاضا در زنجیره تامین
- برنامه‌ریزی فروش و عملیات
- حمل و نقل در زنجیره تامین
- تصمیمات منبع‌یابی در زنجیره تامین
- قیمت‌گذاری و مدیریت درآمد در زنجیره تامین
- فناوری اطلاعات در زنجیره تامین
- هماهنگی در زنجیره تامین

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	نمایند (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- ایرس، جیمز، ب (۱۳۸۹). کتاب راهنمای مدیریت زنجیره تامین. ترجمه ابراهیم تیموری و اشکان حافظالکتاب. دانشگاه علم و صنعت ایران. غزنقری، مهدی و فتح‌الله، مهدی (۱۳۹۰). نگرشی جامع بر مدیریت زنجیره تامین. دانشگاه علم و صنعت ایران.
- هوگس، مایکل (۱۳۹۰). اصول و مبانی مدیریت زنجیره تامین. ترجمه محسن شیخ سجادیه و محمدرضا اکبری جوکار. آدینه.
- Blanchard, D. (2010). Supply Chain Management Best Practices. Wiley Best Practices.
- Chopra, S. and Meindl, P. (2012). Supply Chain Management: Strategy, Planning And Operation (5th edition). Prentice Hall.
- Fawcett, S. E., Ellram, L. M., Jeffrey, A. (2006). Supply Chain Management: From Vision to Implementation. Prentice Hall.
- Handfield, R. B. and Nichols Jr., E. L. (1998). Introduction to Supply Chain Management. Prentice Hall.
- Hugos, M. H. (2006). Essentials of Supply Chain Management (2nd edition). Wiley.
- Jacobs, F. R. and Chase, R. (2010). Operations and Supply Chain Management (13th edition). McGraw Hill.
- Lambert, D. M. (2008). Supply Chain Management: Processes, Partnerships, Performance (3rd edition). Supply Chain Management Institute.
- Sanders, N. R. (2011). Supply Chain Management: A Global Perspective. Wiley.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P. and Simchi-Levi, E. (1999). Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Cases. McGraw Hill.



طراحی و تحلیل سیستم‌های تولیدی (۱۸۰۳)		عنوان فارسی درس
Design and Analysis of Manufacturing Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات طراحی و تحلیل سیستم‌های تولیدی به منظور مدیریت آن‌ها است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مفاهیم اساسی
- معرفی انواع سیستم‌های تولیدی
- فلسفه و اهداف تولید بهنگام
- ساده‌سازی فرایندهای تولید
- افزایش سرعت سیستم تولید
- معرفی سیستم کانبان
- معرفی تولید ناب، چابک
- افزایش انعطاف‌پذیری سیستم
- مدیریت کیفیت در انواع سیستم‌ها، تفاوت‌ها و چالش‌ها
- منابع بحرانی، نحوه تشخیص و به‌کارگیری
- پیاده‌سازی انواع سیستم‌های تولید
- استراتژی تولید
- بررسی نقش عوامل داخلی و خارجی در تولید
- انتخاب نوع محصول و ظرفیت تولید
- مدیریت ارتباطات در سیستم‌های تولید
- مدیریت منابع انسانی در سیستم‌های تولید

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

براون، جیمی، شیونان، جیمز و هارن، جان (۱۳۸۶). سیستم‌های مدیریت تولید (با نگرشی یکپارچه). ترجمه سروش صفیری و مهدی غسنتفری. دانشگاه علم و صنعت.



جعفرزاد، احمد (۱۳۹۱). مدیریت تولید و عملیات نوین (مفاهیم، سیستم‌ها، مدل‌ها و زنجیره تامین): مجموعه‌ای جامع از مباحث تولید و عملیات مدیریت تولید و عملیات نوین (مفاهیم، سیستم‌ها، مدل‌ها و زنجیره تامین): مجموعه‌ای جامع از مباحث تولید و عملیات. دانشگاه تهران.
عباسی، مرتضی و کریمی، کامران (۱۳۹۲). الگوها و الزامات طراحی سیستم‌های تولید. هوشمند تدبیر.

Askin, R. G. and Goldberg, J. B. (2001). Design and Analysis of Lean Production Systems. Wiley.

Curry, G. L. and Feldman, R. M. (2010). Manufacturing Systems Modeling and Analysis (2nd edition). Springer.



لجستیک (۱۸۰۴)		عنوان فارسی درس	
Logistics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات لجستیک، اهداف و چالش‌های آن برای مدیران است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- مفهوم لجستیک
- سیستم‌های لجستیک
- کانال‌های توزیع
- مدیریت سفارش
- مدیریت خدمت به مشتری
- نقش لجستیک در واردات و صادرات
- طراحی سیستم‌های لجستیک
- فناوری اطلاعات در لجستیک
- بسته‌بندی
- سیستم‌های حمل و نقل
- شبیه‌سازی سیستم‌های لجستیک، روش‌ها و ابزارها



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- گرت، دیوید بی، لامبرت، داگلاس ام، استاک، جیمز آر و ال‌رام، لیزا ام (۱۳۹۲). اصول مدیریت لجستیک. ترجمه محمد نجفی آبکنار و سیدمحمدباقر موسوی. راه فردا.
- گیانی، جانبائولو، لاپورت، ژیلبر، موسمانو، روبرتو و ستاک، مصطفی (۱۳۹۱). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و کنترل سیستم‌های لجستیک. دانشگاه صنعتی خواجه نصیرالدین طوسی.
- Bowersox, D. J. (2011). Supply Chain Logistics Management. Tata McGraw Hill Education.
- Christopher, M. (2011). Logistics and Supply Chain Management. Financial Times.
- Dinitzen, H. B. (2010). Value-added Logistics in Supply Chain Management. Gyldendal-Akademisk.
- Gleissner, H. and Möller, K. (2011). Case Studies in Logistics. Springer.

Mckinnon, A., Browne, M. and Whiteing, A. (2012). Green Logistics: Improving the Environmental Sustainability of Logistics. Kogan Page Publishers.

Robeson, J. F. (1994). Logistics Handbook. Free Press.

Rushton, A. R. (2000). The Handbook of Logistics and Distribution Management. Kogan Page.

Stock, J. R. and Lambert, D. M. (2001). Strategic Logistics Management.



لجستیک بین الملل (۱۸۰۵)		عنوان فارسی درس
International Logistics		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد: ۳ تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات لجستیک و زنجیره تامین بین الملل (جهانی)، اهداف و چالش های آن برای مدیران است.

سرفصل درس:

- آشنایی با لجستیک بین الملل
- لجستیک بین الملل و مزیت رقابتی
- نقش لجستیک در واردات و صادرات و استراتژی های آن
- استراتژی های لجستیک بین الملل
- توزیع بین الملل
- حمل و نقل بین الملل
- برون سپاری و لجستیک شخص ثالث
- منابع مالی در لجستیک بین الملل
- لجستیک بین الملل و اقتصاد
- لجستیک بین الملل و تاثیر آن بر تجارت بین الملل
- استراتژی های لجستیک بین الملل



روش ارزیابی پیشنهادی:

سایر (به اختصار مدرس درس)	پروژه عملی	آزمون های نهایی	میان ترم
%۲۵	%۲۵	%۵۰	-

منابع:

لانگ، داگلاس (۱۳۸۴). لجستیک بین الملل: مدیریت زنجیره جهانی تدارکات. ترجمه همایون اسعدی. قلمرو آفتاب.

David, P. A. and Stewart, R. D. (2010). International Logistics: The Management of International Trade Operations. Cengage Learning.

Long, D. (2003). International Logistics: Global Supply Chain Management. Kluwer Academic Pub.

Rushton, A. (2007). International Logistics and Supply Chain Outsourcing: From Local To Global. Kogan Page.

Skjott-Larsen, T., Schary, P. B., Mikkola, J. H. and Kotzab, H. (2007). Managing The Global Supply Chain. Copenhagen Business School Press.

مدیریت ارتباط با تامین کنندگان (۱۸۰۶)		عنوان فارسی درس	
Supplier Relationship Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با نحوه تامین منابع، ارتباط با تامین کنندگان، نحوه ارزیابی و مشارکت با آنها می باشد.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- ارتباطات و نحوه ارزیابی آن
- ملاک های انتخاب تامین کنندگان
- مدل فرایندی ارتباط با تامین کنندگان
- استراتژی ارتباط با تامین کنندگان
- ارزیابی و تصدیق تامین کنندگان
- تحلیل کارکرد تامین کنندگان
- نمایه تامین کنندگان
- فاکتورهای کلیدی مشارکت موفق با تامین کنندگان
- روش های تشخیص منابع
- مزایا و دستاوردهای استفاده از مدیریت تامین کنندگان
- نرم افزارهای به روز در این زمینه
- فرآیندهای استراتژیک تامین
- فرایندهای عملیاتی تامین
- احتیاجات فناوری و کالای جدید
- کار با سرمایه گذاران و وام دهندگان
- ریسک تجاری، اقتصادی و سیاسی تامین کنندگان



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Brauweiler, P. (2007). Supplier Relationship Management. GRIN Verlag.

- Fries, A. (2006). Supplier Relationship Management. Epubli.
Handfield, R. B. and Giunipero, L. C. (2008). Purchasing and Supply Chain Management. CengageBrain.
Hildebrand, K. (Eds.). (2002). Supplier Relationship Management. Dpunkt-Verlag.
Ross, D. F. (2004). Supplier Relationship Management: In Distribution Planning and Control. Springer.



مدیریت استراتژیک زنجیره تامین (۱۸۰۷)		عنوان فارسی درس	
Strategic Supply Chain Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
مدیریت زنجیره تامین (۱۸۰۲)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوع استراتژی‌های زنجیره تامین و سطوح آن از قبیل شبکه، سازمان مادر، کسب و کار و سطح وظیفه‌ای است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی (مدیریت زنجیره تامین، مدیریت استراتژیک و سطوح مختلف استراتژی‌های زنجیره تامین)
- تعادل در سطح شبکه و نحوه ایجاد آن در تغییر
- استراتژی زنجیره تامین در سطح شبکه
- دیدگاه مبتنی بر رابطه در شبکه‌های زنجیره تامین
- دیدگاه رهبر و پیرو
- رویکردهای تدوین استراتژی زنجیره تامین در سطح شبکه
- تعریف و مفهوم استراتژی زنجیره تامین در سطح سازمان مادر
- هم‌افزایی و خلق ارزش
- انواع استراتژی‌های زنجیره تامین در سطح سازمان مادر
- مفهوم و تعریف استراتژی زنجیره تامین در سطح کسب و کار
- رویکردهای مختلف تدوین استراتژی زنجیره تامین در سطح کسب و کار
- مفهوم و رویکردهای استراتژی زنجیره تامین در سطح وظیفه‌ای
- مدل‌های کمی برای تدوین استراتژی زنجیره تامین
- رویکردها و روندهای نوین در استراتژی زنجیره تامین



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Chopra S. and Meindl P. (2009). Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation (4th edition). Prentice Hall.

- Cohen, S. and Roussel, J. (2005). Strategic Supply Chain Management: The Five Disciplines for Top Performance. McGraw Hill.
- Cordon, C., Hald, K. S. and Seifert, R. W. (2013). Strategic Supply Chain Management. Routledge.
- Edward, F. (2001). Supply Chain Strategy. McGraw Hill.



مدیریت تقاضا (۱۸۰۸)		عنوان فارسی درس	
Demand Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا کردن دانشجویان با مباحث مدیریت تقاضا و هماهنگی آن با تولید و توزیع، پیش‌بینی تقاضا، مدیریت توزیع و تدارکات است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با مدیریت تقاضا
- مفاهیم برنامه‌ریزی و مدیریت تقاضا
- دیدگاه‌های مختلف در مدیریت تقاضا
- ارزیابی عملکرد
- پاسخگویی به تقاضا
- نقش فناوری در پاسخگویی به تقاضا
- تخمین و پیش‌بینی تقاضا، روش‌ها و ابزارها
- رگرسیون، پیش‌بینی
- آشنایی با سری‌های زمانی
- مدیریت تقاضا و برنامه‌ریزی ظرفیت
- مدیریت تقاضا و کنترل موجودی
- مدیریت تقاضا در حوزه‌های مختلف

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

Box, G. E., Jenkins, G. M. and Reinsel, G. C. (2013). Time Series Analysis: Forecasting and Control. Wiley.

Cachon, G. and Terwiesch, C. (2006). Matching Supply with Demand. McGraw Hill.

Crum, C. and Palmatier, G. E. (2003). Demand Management Best Practices: Process, Principles, and Collaboration. Ross Publishing.



- Madsen, H. (2007). Time Series Analysis. CRC Press.
Mentzer, J. T. and Moon, M. A. (2005). Sales Forecasting Management: A Demand Management Approach. Sage.



مدیریت حمل و نقل (۱۸۰۹)		عنوان فارسی درس	
Transportation Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت حمل و نقل و استراتژی‌ها و قوانین مرتبط با این حوزه است.

سرفصل درس:

- معرفی و تاریخچه
- استراتژی توسعه حمل و نقل در سطوح مختلف
- مسائل ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی
- قوانین دولتی و بین‌المللی
- امور مالی حمل و نقل
- رضایت مشتری و بازاریابی
- عملیات حمل و نقل
- برنامه‌ریزی
- سیستم‌های هوشمند حمل و نقل
- منابع انسانی و روابط کار در حمل و نقل
- توسعه شهری و برنامه‌ریزی استفاده از زمین برای توسعه حمل و نقل
- مدیریت حمل و نقل راه‌آهن
- مدیریت حمل و نقل هوایی
- مدیریت حمل و نقل عمومی و شهری
- مزایای رفت و آمد و مدیریت تقاضای حمل و نقل (TDM)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع

- Bookbinder, J. H. (2012). Handbook of Global Logistics: Transportation in International Supply Chains. Springer.
- Hazen, J. K., and Lynch, C. F. (2008). The Role of Transportation in the Supply Chain. CFL Pub.
- Liu, J. J. (2012). Supply Chain Management and Transport Logistics. Routledge.
- Novack, R. A. and Gibson. B. (2010). Transportation: A Supply Chain Perspective. CengageBrain.

مدیریت ریسک زنجیره تامین (۱۸۱۰)		عنوان فارسی درس	
Supply Chain Risk Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت زنجیره تامین (۱۸۰۲)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم ریسک در زنجیره تامین، انواع آن و راه‌های مقابله با آن است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- ریسک (تعاریف، انواع)
- تحلیل ریسک و ابزارهای لازم
- سیستم مدیریت ریسک-مدل مفهومی
- شناخت زنجیره تامین
- آسیب‌پذیری زنجیره تامین
- تحلیل آسیب‌پذیری
- شناخت و مدیریت ریسک در شبکه‌های ارزش
- پیش‌بینی و مدیریت ریسک زنجیره تامین
- اختلال در زنجیره تامین و راه‌های تقلیل آن
- ریسک در طراحی زنجیره تامین
- ارزیابی خطرات در فرآیندهای زنجیره تامین
- چابکی و انعطاف و نقش آن در کاهش ریسک
- مباحث رفتاری و روانی مدیریت ریسک زنجیره تامین
- کارایی و مدیریت ریسک زنجیره تامین
- امنیت زنجیره تامین
- مطالعات موردی در زنجیره تامین‌های خاص (مثل زنجیره تامین غذا)



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Khan, O. and Zsidisin, G. A. (Eds.). (2012). Handbook for Supply Chain Risk Management: Case Studies, Effective Practices, and Emerging Trends. Ross Publishing.

- Lynch, G. S. (2012). Supply Chain Risk Management in Supply Chain Disruptions. Springer.
- Olson, D. L. (2011). Supply Chain Risk Management: Tools for Analysis. Business Expert Press.
- Sodhi, M. S. and Tang, C. S. (2012). Managing Supply Chain Risk. Springer.
- Waters, D. (2011). Supply Chain Risk Management: Vulnerability and Resilience in Logistics. Kogan Page.



مدیریت عملیات پیشرفته (۱۸۱۱)		عنوان فارسی درس	
Advanced Operations Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت عملیات (۱۰۰۷)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنا کردن دانشجویان با مباحث پیشرفته و نوین در مدیریت عملیات و استراتژی‌های مورد استفاده در این زمینه است.

سرفصل درس:

- کلیات مدیریت عملیات پیشرفته
- مدل‌های تصمیم‌گیری پیشرفته در مدیریت عملیات
- مشاوره و طراحی عملیات
- ریسک‌های عملیاتی و مقابله با آنها
- استراتژی عملیات و محیط جهانی
- استراتژی عملیات خدمت
- مدیریت درآمد
- عملیات در خدمات
- عملیات در سرگرمی
- عملیات در املاک و مستغلات
- عملیات در سلامت
- ابزارهای پیش‌بینی تقاضای پیشرفته
- کنترل موجودی پیشرفته
- زمان‌بندی پیشرفته
- مباحث نوین در مدیریت عملیات



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

صفاکیش، محمدسعید و سیدحسینی، سیدمحمد (۱۳۸۶). مبانی جامع و پیشرفته مدیریت تولید و عملیات در سازمان‌های تولیدی و خدماتی: مباحث ویژه و نوین مدیریت تولید و عملیات. سازمان مدیریت صنعتی.
 عالم تبریز، اکبر و محمدرحیمی، علیرضا (۱۳۸۸). رویکردهایی در مدیریت تولید و عملیات پیشرفته با رویکرد خلق ارزش: مدیریت زنجیره تامین، تولید ناب و مدیریت ارتباط با مشتری. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

- Brown, S., Bessant, J. and Lamming, R. (2013). Strategic Operations Management. Routledge.
- Fitzsimmons, J. A. and Fitzsimmons, M. J. (2006). Service Management: Operations, Strategy, Information Technology. McGraw Hill.
- Heizer, J. H. and Render, B. (2008). Operations management. Pearson Education India.
- Loader, D. (2007). Advanced Operations Management (2nd edition). Wiley.
- Lowson, R. H. (2004). Strategic Operations Management: The New Competitive Advantage. Routledge.
- McLaughlin, D. B. and Hays, J. M. (2008). Healthcare Operations Management. Health Administration Press.
- Mohanty, R. P. (2003). Advanced Operations Management. Pearson Education.
- Stevenson, W. J. and Hojati, M. (2007). Operations Management. McGraw Hill.



مدیریت موجودی و انبار (۱۸۱۲)		عنوان فارسی درس	
Inventory and Warehouse Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مدیریت موجودی به منظور پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و کنترل هرچه بهتر موجودی‌ها و همچنین انبارداری، طراحی و مدیریت انبارها است.

سرفصل درس:

- آشنایی اجمالی با درس
- طبقه‌بندی موجودی‌ها
- تکنیک‌های کنترل موجودی
- اهمیت فرایند پیش‌بینی در مدیریت موجودی
- برنامه‌ریزی مواد مورد نیاز
- برنامه‌ریزی منابع تولیدی (MRP)
- تولید به‌هنگام، سیستم کاتبان
- موجودی مازاد، بلااستفاده و غیرمتحرک
- موجودی در حال کار و موجودی کالای نهایی
- مدیریت موجودی قطعات یدکی
- موجودی مدیریت شده فروشنده (VMI)
- سیستم‌های ذخیره‌سازی مواد، سیستم‌های انبارداری و بازیابی مواد
- تجهیزات و سیستم‌های جابجایی
- ایمنی و بهداشت صنعتی در انبارداری
- نقش فناوری اطلاعات در انبارداری
- کاربرد مدل‌سازی و شبیه‌سازی در طراحی انبار
- طراحی سیستم‌های هوشمند انبارداری



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

علیمی، حسینعلی (۱۳۸۶). مدیریت انبار و عملیات مرتبط با سیستم‌های انبارداری. سازمان مدیریت صنعتی.

- Axsäter, S. (2006). Inventory Control. Springer.
- Frazelle, E. and Frazelle, E. (2001). World-class Warehousing and Material Handling. McGraw Hill.
- Muckstadt, J. A. and Sapro, A. (2010). Principles of Inventory Management: When You Are Down to Four, Order More. Springer.
- Muller, M. (2003). Essentials of Inventory Management (2nd edition). Wiley.
- Narayan, P. and Subramanian, J. (2008). Inventory Management-principles and Practices. Excel Books India.
- Richards, G. (2011). Warehouse Management: A Complete Guide to Improving Efficiency and Minimizing Costs in the Modern Warehouse. Kogan Page.
- Saxena, R. S. (2009). Inventory Management: Controlling in a Fluctuating Demand Environment. Global India Publications.
- Stephens, M. P. and Meyers, F. E. (2013). Manufacturing Facilities Design and Material Handling. Purdue University Press
- Teicholz, E. and Techolz, E. (2001). Facility Design and Management Handbook. McGraw Hill.
- Toomey, J. W. (2000). Inventory Management: Principles, Concepts and Techniques. Kluwer Academic Publishers.



مباحث منتخب در عملیات و زنجیره تامین (۱۸۱۳)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Supply Chain		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه عملیات و زنجیره تامین و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



انتقال فناوری (۱۹۰۱)		عنوان فارسی درس
Technology Transfer		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
مدیریت فناوری و نوآوری (۱۰۳۸)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با اهداف و مفاهیم انتقال فناوری، ابزارها و فرایندهای مناسب جهت انتقال موفقیت‌آمیز یک فناوری است.

سرفصل درس:

- مفاهیم و اهداف انتقال فناوری
- مراحل فرایند انتقال فناوری
- نیازمندی‌های قانونی و حقوقی (در سطح ملی و بین‌المللی برای انتقال تکنولوژی)
- تاثیر عادت‌ها، قوانین فرهنگی و اجتماعی (در فرایند انتقال فناوری)
- استراتژی‌های انتقال فناوری
- تیم انتقال فناوری
- اصول مذاکره و نکات کلیدی برای تنظیم قرارداد
- توسعه استراتژی آموزش و به‌کارگیری فناوری
- ابزارها و روش‌های آموزش و یادگیری
- بررسی ریسک و مدیریت ریسک (در طی فرایند انتقال فناوری)
- مدیریت دانش فناوری



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

ثامه‌پاین، هانس (۱۳۸۷). مدیریت تکنولوژی در سازمان‌های تکنولوژی. ترجمه مرتضی رضاپور، سیدکامران باقری، سیده‌ادی کمالی. رسا، خلیل، طارق (۱۳۹۱). مدیریت تکنولوژی: رمز موفقیت در رقابت و خلق ثروت. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داوود ایزدی. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

نوازشریف، محمد (۱۳۷۴). مدیریت انتقال و توسعه تکنولوژی. ترجمه رشید اصلانی. سازمان برنامه و بودجه.

Audretsch, D. B., Lehmann, E. E. and Wright, M. (2012). Technology Transfer in a Global Economy. International Studies in Entrepreneurship. Springer.

Cohen, G. (2004). Technology Transfer: Strategic Management in Developing Countries. Sage.

Muir, A. E. (1997). The Technology Transfer System. Latham Book Pub.

Speser, P. L. (2006). The Art and Science of Technology Transfer. Wiley.

مدیریت استراتژیک فناوری (۱۹۰۲)		عنوان فارسی درس	
Strategic Technology Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت فناوری و نوآوری (۱۰۳۸)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با نحوه تدوین استراتژی فناوری، فرایندهای پیاده‌سازی و به‌کارگیری استراتژی، مفهوم چرخه عمر فناوری و مدیریت ایده برای ایجاد چرخه جدید فناوری و مفهوم تجاری‌سازی فناوری در بازار رقابتی است.

سرفصل درس:

- مقدمه و مروری بر مدیریت فناوری
- منابع و انواع نوآوری‌های فناوری
- ورود به بازار (استانداردها و زمان‌بندی)
- استراتژی تکنولوژی و برنامه‌ریزی
- نوآوری‌های بیرونی (همکاری و حق مالکیت معنوی)
- فرایند توسعه محصول تکنولوژیک
- به‌کارگیری تکنولوژی
- ساختار و فرایند نوآوری
- مدیریت نوآوری تکنولوژی
- مدیریت ایده
- مدیریت توسعه محصول تکنولوژیک
- تجاری‌سازی
- مدیریت ریسک در توسعه فناوری
- مدیریت چرخه عمر محصول و فناوری

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Burgelman, R., Christensen, C. and Wheelwright, S. (2008). Strategic Management of Technology and Innovation (5th edition). McGraw Hill.

Dodgson, M., Gann, D. M. and Salter, A. (2008). The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice: Strategy and Practice. Oxford University Press.

Schilling, M. (2012). Strategic Management of Technological Innovation (4th edition). McGraw Hill.



ارزیابی و پیش‌بینی فناوری (۱۹۰۳)		عنوان فارسی درس	
Technology Evaluation and Forecasting		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری	
مدیریت فناوری و نوآوری (۱۰۳۸)		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با فرایندها و ابزارهای بررسی توانایی‌های فناوری‌های موجود و نیازهای مطرح برای فناوری‌های جدید به منظور پیش‌بینی و همچنین آشنایی با روش‌ها و ابزارهای ارزش‌گذاری فناوری می‌باشد.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر پیش‌بینی تکنولوژی و ارزش‌گذاری تکنولوژی
- تئوری‌ها و متدهای پیش‌بینی
- جمع‌آوری داده
- تحقیقات ثانویه
- تهیه پایگاه داده تکنولوژی
- تحقیقات اولیه (مصاحبه‌ها)
- تحقیقات اولیه (استفاده از ابزارهای تفکر و ابزار نظری‌های گروهی مانند دلفی)
- مدل‌سازی‌های کمی
- برون‌یابی روند
- مدل‌های رشد و جانشینی
- روش‌های پیش‌بینی و به‌کارگیری مهارت‌های تفکر انتقادی
- پایش و مرور اجمالی تکنولوژی
- توسعه سناریو
- تهیه نقشه راه تکنولوژی و معرفی و ارئه پیش‌بینی
- ارزیابی تکنولوژی
- معیارهای ارزیابی و ارزش‌گذاری تکنولوژی
- فرایند ارزش‌گذاری تکنولوژی
- معرفی نتایج ارزش‌گذاری تکنولوژی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- براون، ارنست (۱۳۸۲). ارزیابی و پیش‌بینی تکنولوژی. ترجمه عقیل ملکی فر و علیرضا پوشه‌ری. کرانه علم.
- رناسی، فاطمه، حجازی، سیدرضا و بیشش، مسعود (۱۳۸۹). ارزیابی تکنولوژی در شرکت‌های کوچک و متوسط. سازمان مدیریت صنعتی.
- نوازشریف، محمد (۱۳۷۴). مدیریت انتقال و توسعه تکنولوژی. ترجمه رشید اصلانی. سازمان برنامه و بودجه.
- Boer, P. F. (2004). Technology Valuation Solutions, Wiley.
- Dodgson, M., Gann, D. M. and Salter, A. (2008). The Management of Technological Innovation: Strategy and Practice: Strategy and Practice. Oxford University Press.
- Martino, J. P. (1993). Technological Forecasting for Decision Making. McGraw Hill.
- Porter, A. L., Cunningham, S. W., et al (2011). Forecasting and Management of Technology. Wiley
- Razgaitis, R. (2009). Valuation and Dealmaking of Technology-based Intellectual Property: Principles, Methods and Tools. Wiley.



- Bell, W. (2010). *Foundations of Futures Studies: Human Science for a New Era: History, Purposes, Knowledge*. Transaction Publishers.
- Canton, J. (2007). *The Extreme Future: The Top Trends That Will Reshape the World in the Next 20 Years*. Plume.
- Cornish, E. (2005). *Futuring: The Exploration of the Future*. World Future Society.
- Singh, S. (2012). *New Mega Trends: Implications for Our Future Lives*. Palgrave Macmillan.



توسعه صنعتی و فناورانه (۱۹۰۵)		عنوان فارسی درس
Industrial and Technological Development		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با ابعاد و تعاریف و روند شکل گیری نظام های توسعه صنعتی در سطح ملی، منطقه ای و جهانی است. دانشجویان با مفاهیم پایه برنامه ریزی برای توسعه، استراتژی های دستیابی به توسعه کامل، و برنامه ریزی عملیاتی برای اهداف استراتژیک تدوین شده توسعه آشنا می شوند.

سرفصل درس:

- مقدمه ای بر تعاریف و مفاهیم توسعه، توسعه صنعتی و فناوری
- آشنایی با نظریه های رشد و توسعه
- ابعاد و تعاریف و روند شکل گیری توسعه فراگیر و پایدار
- رویکردهای موجود به موضوع توسعه و اهداف توسعه و تعالی
- عوامل ساختاری در مدل های مختلف توسعه
- استراتژی های دستیابی به توسعه و تکامل
- رویکرد اثربخشی در دستیابی به توسعه و تکامل
- فرایندها و ابزارهای برنامه ریزی توسعه مبتنی بر علم، فناوری و حکمت
- برنامه ریزی استراتژیک برای توسعه صنعتی و فناوری
- ترسیم ارکان جهت ساز فرایند توسعه و تکامل
- آنالیز محیطی و مدل های رقابت پذیری در سطح کلان
- برهان پایدار برای برنامه ریزی توسعه صنعتی و فناوری ملی
- تاثیر سیاست های دولتی و جهانی در توسعه صنعتی و فناوری ملی
- بررسی تاثیر سیاست های پولی و مالیاتی (سیاست تجارت، سیاست بهداشت و درمان، سیاست های استخدامی)
- مشاغل، حرفه ها و نقش های حقیقی و حقوقی در توسعه
- رویکرد عملیاتی در دستیابی به توسعه و تکامل
- فرایند برنامه ریزی توسعه

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵



منابع:

- سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) (۱۳۸۸). استراتژی افزایش مشارکت موثر و رقابتی بخش صنایع کوچک و متوسط در توسعه اقتصادی و صنعتی جمهوری اسلامی ایران. ترجمه مسعود شفیعی و عبدالرضا شقاقی. رسا.
- علی احمدی، علیرضا (۱۳۷۵). مدیریت تحقیق تا توسعه تکنولوژی. دانشگاه آزاد اسلامی.
- Cohen-Rosenthal, E., Musnikow, J. (2003). Eco-Industrial Strategies: Unleashing Synergy Between Economic Development and the Environment. Greenleaf Pubns.
- Leigh, N. G. and Blakely, E. J. (2013). Planning Local Economic Development: Theory and Practice. Sage.
- Murmann, J. P. (2006). Knowledge and Competitive Advantage: The Coevolution of Firms, Technology, and National Institutions. Cambridge University Press.
- Mosk, C. (2010). Industrial Development for the 21st Century. Zed Books.
- Niosi, J. (2010). Building National and Regional Innovation Systems: Institutions for Economic Development. Edward Elgar Publishing.



سیاست‌گذاری علم و فناوری (۱۹۰۶)		عنوان فارسی درس	
Science and Technology Policy		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی-الزامی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفاهیم، شاخص‌ها و روش‌های سیاست‌گذاری در زمینه علم و فناوری است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر اهمیت سیاست‌گذاری در زمینه علم و فناوری
- تعریف علم و بررسی ساختار تحولات علمی
- روند تکامل سیاست‌گذاری علم و فناوری
- تاثیر سیاست‌های اقتصادی بر روند تغییرات علم و فناوری
- تاثیر شرایط اجتماعی و توسعه انسانی بر روند تغییرات علم و فناوری
- علوم اجتماعی در سیاست‌گذاری علم و فناوری
- فرآیند سیاست‌گذاری در زمینه علم و فناوری
- ابزارهای چند منظوره برای سیاست‌گذاری در مورد علم و فناوری
- تحلیل شاخص‌های سیاست‌گذاری علم و فناوری (شاخص‌های فناوری، شاخص‌های نیروی انسانی، شاخص‌های منابع سازمانی، شاخص‌های زیرساخت شبکه، همکاری و ارتباطات، شاخص‌های دانشی)
- تحلیل گزینه‌های سیاست‌گذاری بر اساس حوزه‌های مختلف علم و فناوری (حوزه کشاورزی، محیط زیست، هواشناسی و آب، حوزه صنعت، مخابرات و انرژی، حوزه آموزش و پرورش و علوم انسانی)
- یکپارچه‌سازی استراتژی‌های حوزه‌های مختلف علم و فناوری
- بررسی نقش‌های عوامل درگیر در اعمال سیاست‌های علم و فناوری (بررسی نقش نقش دانشگاه، بررسی نقش نقش صنعت، بررسی نقش نقش دولت)
- بررسی مکانیسم‌های ارتباطی بین دولت، صنعت و دانشگاه
- ساختار راهبری علم و فناوری
- ساختار سیستم نوآوری ملی
- مدیریت ریسک و عدم قطعیت در تدوین سیاست‌های علم و فناوری
- برنامه‌ریزی مالی در تدوین سیاست‌های علم و فناوری

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- Arvanitis, R. (2009). Science and Technology Policy. Eolss Publishers Company.
- Bauchspies, W. K., Croissant, J. and Restivo, S. P. (2006). Science, Technology, and Society: A Sociological Approach. Blackwell Pub.
- Douglas, H. E. (2009). Science, Policy, and the Value-free Ideal. University of Pittsburgh Pre.
- Hackett, E. J., Amsterdamska, O., Lynch, M. and Wajcman, J. (2008). The Handbook of Science and Technology studies. MIT Press.
- Sismondo, S. (2011). An Introduction to Science and Technology Studies. Wiley.



مدیریت اتحادهای استراتژیک (۱۹۰۷)		عنوان فارسی درس	
Management of Strategic Alliances		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم اتحاد استراتژیک بین شرکت‌ها با به اشتراک گذاشتن منابع جهت انجام فعالیت‌های متقابل سودمند است. اتحاد استراتژیک در زمینه تکنولوژی می‌تواند به ایجاد یک فرایند موثرتر برای توسعه محصولات یا خدمات و ورود به بازارهای جدید کمک نماید.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر اتحادهای کسب و کار و انگیزه برای اتحاد
- عامل اتحاد، نوع و ساختار اتحادها
- تعریف، انواع و ویژگی‌های اتحاد استراتژیک
- انتخاب شریک، راه‌اندازی و مذاکره موافقت‌نامه اتحاد
- برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت اتحاد
- مدیریت منابع انسانی در یک اتحاد استراتژیک
- مسائل فرهنگی در اتحاد کسب و کار
- ارائه اهداف سیاست البته، برنامه و درجه‌بندی اتحاد
- شناسایی شرکای بالقوه
- تعریف ویژگی‌های یک شریک بالقوه
- فرایند جستجوی شرکای بالقوه
- ایجاد یک اتحاد استراتژیک (الزامات قانونی، مسائل فنی و مالی در یک اتحاد استراتژیک، روابط بین شرکای در یک اتحاد)
- جنبه‌های سازمانی اتحاد استراتژیک
- ایجاد ساختار اتحاد
- تبادل اطلاعات بین همکاران
- فرایند تصمیم‌گیری در یک اتحاد استراتژیک
- رقابت بین اتحادهای استراتژیک در بازار جهانی
- شرکت‌های چندملیتی در بازار جهانی
- سطح اتحاد استراتژیک (جهانی، منطقه‌ای و ملی)
- انواع اتحادهای ایجاد شده توسط شرکت‌ها در بازار جهانی
- کنترسویوم (تعریف، اشکال قانونی، انواع مختلف، وظایف آن‌ها، روند ایجاد و منابع تامین مالی)
- نظارت بر کیفیت رابطه



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اقتضای مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- Brian Tjemkes, B., Vos, P., Burgers K. (2012). Strategic Alliance Management. Routledge.
- Bidault, F. (2012). Managing Joint Innovation: How to Balance trust and Control in Strategic Alliances. Palgrave Macmillan.
- Chevalier-Roignant, B. and Trigeorgis, L. (2011). Competitive Strategy. MIT Press.
- Child, J. and Faulkner, D. (1998). Strategies of Cooperation: Managing Alliances, Networks, and Joint Ventures. Oxford University.
- Child, J., Faulkner, D. and Tallman, S. (2005). Cooperative Strategy: Managing Alliances, Networks, and Joint Ventures. Oxford University.
- Hamel, G. (1998). Alliance Advantage: The Art of Creating Value through Partnering. Harvard Business Press.



مدیریت تحقیق و توسعه (۱۹۰۸)		عنوان فارسی درس
Management of Research and Development		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفاهیم تحقیق و توسعه، تحقیقات بنیادی و مدیریت سازمان‌های تحقیق و توسعه است.

سرفصل درس:

- مقدمه‌ای بر مفهوم تحقیق و توسعه
- استراتژی سازمان‌های تحقیق و توسعه محور
- سازماندهی تحقیق و توسعه
- تقسیم‌بندی حوزه‌های تحقیق
- عناصر کلیدی برای تقسیم‌بندی و سازماندهی
- ایجاد سازمان تحقیق و توسعه کارآمد و تولیدکننده
- طراحی نقش و وظایف در سازمان تحقیق و توسعه محور
- فرهنگ‌سازی و تغییر عملکرد افراد
- ایجاد انگیزه در سازمان‌های تحقیق و توسعه محور
- رهبری در سازمان‌های تحقیق و توسعه محور
- مدیریت عدم هماهنگی و اختلافات
- به کارگیری سیستم اندازه‌گیری بهره‌وری
- انتقال فناوری
- مدل‌های به کارگیری نوآوری
- تغییر ساختار سازمانی در به کارگیری
- ارتباط صنعت و دانشگاه
- دانشگاه و تحقیقات بنیادی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	%۵۰	%۲۵	%۲۵

منابع:

تینگستاد، جیمز (۱۳۸۵). چگونگی مدیریت بر کارکنان بخش تحقیق و توسعه. ترجمه علی خاکبازان، علی اصغری و طاهره سادات حمیدی. توربخش.

فدایی منش، امید (۱۳۸۶). مدیریت تحقیق و توسعه. دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

مهدوی، محمدتقی (۱۳۹۲). مدیریت واحدهای تحقیق و توسعه. دیدار پارسپان، انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن.

Chiesa, V. (2001). R & D strategy and Organisation: Managing Technical Change in Dynamic Contexts. Imperial College.

Jain, R., Triandis, H. C. and Weick, C. W. (2010). Managing Research, Development and Innovation: Managing the Unmanageable (3rd edition). Wiley.

Morse, L. C. and Babcock, D. L. (2013). Managing Engineering and Technology. Prentice Hall.

Trott, P. (2008). Innovation Management and New Product Development. Prentice Hall.



نظام‌های نوآوری (۱۹۰۹)		عنوان فارسی درس
Innovation Systems		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با ابعاد، تعاریف و روند شکل‌گیری نظام‌های نوآوری در سطح ملی، منطقه‌ای و جهانی و همچنین آشنایی با عناصر ساختاری، چارچوب قانونی و مقرراتی، فرهنگ نوآورانه/کارآفرینانه، پیشرانان نوآوری، زیرساخت‌های نوآوری و مکانیزم‌های انتقال/انتشار تکنولوژی است.

سرفصل درس:

- مقدمه بر تعریف و مفاهیم نوآوری
- ابعاد و تعاریف و روند شکل‌گیری نظام نوآوری
- رویکردهای موجود در موضوع نظام‌های نوآور
- عوامل ساختاری در مدل‌های مختلف نظام‌های نوآوری
- رویکرد عملیاتی در نظام‌های نوآوری
- رویکرد اثربخشی در نظام‌های نوآوری
- تقسیم‌بندی سیستم‌های نوآوری
- سطوح سیستم‌های نوآوری
- سیستم‌های نوآوری فناوری
- سیستم‌های نوآوری اجتماعی
- سیستم‌های نوآوری گروهی
- سیستم‌های نوآوری ارتباطات
- مفهوم نظام ملی نوآوری
- ویژگی‌های تکرش نظام نوآوری
- نظام ملی نوآوری و نظام‌های نوآوری منطقه‌ای، بخشی و دستگاهی
- وظایف اصلی نظام‌های نوآوری
- ارکان نظام ملی یادگیری تکنولوژیک

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	نمایند (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

اکبری، مرتضی و رضوی، سیدمصطفی (۱۳۹۰). نظام نوآوری. دانشگاه تهران.
پوپر، استیون و واگنر، کارولین (۱۳۸۵). نظام ملی نوآوری: بنیادی جدید برای رشد ترجمه پریدخت وحیدی. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.

Cooke, P. (2012). Complex Adaptive Innovation Systems: Relatedness and Transversality in the Evolving Region. Routledge.

Lundvall, B. A., Joseph, K. J., Chaminade, C. and Vang, J. (2009). Handbook of Innovation Systems and Developing Countries: Building Domestic Capabilities in a Global Setting. Edward Elgar Publishing.

Niosi, J. (2010). Building National and Regional Innovation Systems: Institutions for Economic Development. Edward Elgar Publishing.

Parrilli, M. D. and Asheim, B. T. (2012). Interactive Learning for Innovation: A Key Driver within Clusters and Innovation Systems. Palgrave Macmillan.

Schmoch, U., Rammer, C. and Legler, H. (2006). National Systems of Innovation in Comparison: Structure and Performance Indicators for Knowledge Societies. Springer.



مباحث منتخب در فناوری (۱۹۱۰)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Technology		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه فناوری و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



طرح ریزی و راه اندازی کسب و کار جدید (۲۰۰۱)		عنوان فارسی درس
Business Planning and New Venture Creation		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با روش‌ها و فنون تدوین طرح کسب و کار، امکان‌سنجی، کسب مهارت ارزشیابی و انتخاب فرایند مناسب کسب و کار، عوامل حیاتی موفقیت یا شکست کسب و کار جدید است. همچنین در این درس دانشجویان با تجربیات موفق ایجاد کسب و کار آشنا خواهند شد.

سرفصل درس:

- نقش طراحی طرح کسب و کار در رسیدن به استراتژی میان و بلندمدت
- مطالعات امکان‌سنجی
- تحلیل صنعت
- تحلیل بازار و بازاریابی
- ساختار و محتوای توجیه اقتصادی طرح کسب و کار
- تدوین برنامه‌های مربوط به ظرفیت‌سازی و تدوین سیاست‌های تولید و عرضه
- آشنایی با تاکتیک‌های جدید بازار و کانال‌های (مجراها) توزیع
- برنامه‌ریزی جذب سرمایه و به‌کارگیری درآمد، سرمایه، اعتبار (در توسعه فعالیت‌های کسب و کار)
- شیوه‌های تامین مالی کسب و کارهای موفق
- دسته‌بندی‌های موجود کسب و کارها و کاربرد آن‌ها در کارآفرینی
- تدوین مدل کسب و کار
- تفاوت کسب و کارهای خدماتی و تولیدی در فرایند ایجاد کارآفرینی
- عوامل حیاتی موفقیت و شکست کسب و کار
- نقش‌های کارآفرین در چرخه حیات کسب و کار
- تجربیات موفق ایجاد کسب و کار
- ایجاد و کسب و کار از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- نلسون، رابرت، نیونگو، جان، هافتندورن، کلوز و متیو، جورج (۱۳۸۸). چگونه می‌توان یک طرح کسب و کار تهیه کنیم؟. ترجمه مریم فتاح زاده و عطیه فلاح شهیدی. موسسه کار و تامین اجتماعی.
- هینگستون، پیتر (۱۳۸۸). راه‌اندازی و توسعه کسب و کار. ترجمه محمود امینی، سارگل.
- Barringer, B. R. (2008). *Preparing Effective Business Plans: an Entrepreneurial Approach*. Prentice Hall.
- Barringer, B. R. and Ireland, R. D. (2005). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures and One Key Course Compass*. Prentice Hall.
- Gundry, L. K. and Kickul, J. R. (2006). *Entrepreneurship Strategy: Changing Patterns in New Venture Creation, Growth, and Reinvention*. Sage.
- Mariotti, S. and Glackin, C. (2009). *Entrepreneurship: Starting and Operating a Small Business* (2nd edition). Prentice Hall.
- Meyer, M. H. and Crane, F. G. (2010). *Entrepreneurship: An Innovator's Guide to Start-ups and Corporate Ventures*. Sage.
- Timmons, J. A. and Spinelli, S. (2008). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (8th edition). McGraw Hill.
- Zacharakis, A., Spinelli, S. and Timmons, J. (2011). *Business Plans that Work: A Guide for Small Business* (2th edition). McGraw Hill.



نظریه‌های کارآفرینی (۲۰۰۲)		عنوان فارسی درس	
Entrepreneurship Theories		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
اصول کارآفرینی (۱۰۶۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با تئوری‌های کارآفرینی، ابعاد مختلف کارآفرینی با توجه به مدل‌ها و الگوهای صاحب‌نظران و کسب مهارت تحلیل مدل‌ها و فرایندهای کارآفرینی است.

سرفصل درس:

- نظریه‌های مدیریت درباره بنگاه‌های کوچک و متوسط
- تحلیل نقش اندازه بنگاه در کارآفرینی
- طبقه‌بندی نظریه‌های کارآفرینی
- نظریه‌های اقتصادی کارآفرینی
- نظریه‌های روانشناختی و رفتاری کارآفرینی
- نظریه سرمایه اجتماعی و کارآفرینی
- نظریه دوره حیات سازمان و کارآفرینی
- نظریه نهاد و کارآفرینی
- نظریه مشروعیت و کارآفرینی
- نظریه فرهنگ و کارآفرینی
- نظریه بیهیجی و آشوب کارآفرینی
- نظریه منبع‌گرایی و کارآفرینی
- نظریه خوشه‌های صنعتی و کارآفرینی
- نظریه قابلیت‌های اساسی کارآفرینی
- نظریه عاملیت و خادمت در فرایند کارآفرینی (مرزها و محدودیت‌ها)
- بحث‌های معاصر تحقیقاتی در کارآفرینی
- نظریه‌های کارآفرینی از دیدگاه اسلام



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- فرهنگی، علی اکبر و صفرزاده، حسین (۱۳۸۷). کارآفرینی (مفاهیم، نظریه ها، مدل ها و کاربردها). موسسه کار و تامین اجتماعی.
- Alvarez, Sh. (2005). Theories of Entrepreneurship (Foundations and Trends). Now Publishers
- Baron, R. A. and Shane, S. A. (2007). Entrepreneurship: A Process Perspective (2nd edition). Cengage Learning.
- Bygrave, W. D. and Zacharakis, A. (2010). Entrepreneurship (2nd edition). Wiley.
- Cuervo, A.; Ribeiro, D. and Roig, S. (2007). Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Springer.
- Jack M. K. and Warren, A. C. (2006). Patterns of Entrepreneurship, Wiley.
- Kayed, R. N., Kayed, R. N. and Hassan, M. K. (2011). Islamic Entrepreneurship. Routledge.
- Kuratko, D. F. (2013). Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice (8th edition). Cengage Learning.
- Westhead, P., Wright, M. and McElwee, G. (2011). Entrepreneurship: Perspectives and Cases. Pearson Education.



تحلیل محیط کسب و کار (۲۰۰۳)		عنوان فارسی درس	
Business Environment Analysis		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		نوع واحد: عملی	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفهوم کارآفرینی با توجه به بستر تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آن و بررسی و شناخت راهکارهای رفع یا تضعیف موانع اقتصادی، سیاسی، اجتماعی در کشور به منظور توسعه کارآفرینی در جامعه است.

سرفصل درس:

- مفهوم محیط از دیدگاه نظریات سازمان و مدیریت
- تحلیل عناصر محیط و تأثیر آن بر فعالیت‌های کسب و کار
- سیر تحول نظریه‌های محیطی و چارچوب کلی نظریه مدیریت محیط
- استراتژی‌های داخلی، بیرونی و ترکیبی مدیریت محیط
- مدل‌های تحلیل محیط کسب و کار
- نقش دولت در محیط کسب و کار
- قوانین دولتی و نقش آن در توسعه کارآفرینی
- رویکردهای تحلیل نقش دولت
- خصوصی‌سازی و کوچک کردن دولت
- آزادسازی اقتصادی و سیاست‌های رفاه اجتماعی
- جهانی شدن محیط کسب و کار
- ملاحظات کارآفرینی در رابطه با محیط جهانی کسب و کار
- کارآفرینی از منظر بوم شناسی
- موانع محیط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایران در تحقق کارآفرینی
- کارآفرینی اجتماعی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

زالی، محمدرضا، کردنائیج، اسدالله، رضوی، سیدمصطفی و یداللهی، جهانگیر (۱۳۸۹). ارزیابی وضعیت کارآفرینی در ایران: بر اساس نتایج برنامه سال ۲۰۰۸ دیده بان جهانی کارآفرینی (GEM). موسسه کار و تامین اجتماعی.

- Baron, D. P. (2012). *Business and Its Environment* (7th edition). Prentice Hall.
- Conklin, D. W. (2005). *Cases in the Environment of Business: International Perspectives*. Sage.
- Cross, (2007). *West's Legal Environment of Business*. Thompson West.
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H. and Sullivan, D. P. (2003). *International Business: Environments and Operations*. Prentice Hall.
- Kew, J. and Stredwick, J. (2005). *Business Environment: Managing in a Strategic Context*. CIPD Publishing.
- Meiners, R. E., Ringleb, A. H. and Edwards, F. L. (2011). *The Legal Environment of Business*. Cengage Learning.



عنوان فارسی درس		سازمان های یادگیرنده (۲۰۰۴)	
عنوان لاتین درس		Learning Organizations	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی
		<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
دروس پیش نیاز		-	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم یک سازمان یادگیرنده، سازمانی که یادگیری برای اعضای آن به طور مداوم اتفاق می افتد، است. در این درس دانشجویان با پنج ویژگی اصلی سازمان یادگیرنده شامل تفکر سیستمی، مهارت های شخصی، مدل های ذهنی، آرمان مشترک و یادگیری تیمی آشنا می شوند.

سرفصل درس:

- مقدمه های بر یادگیری سازمانی و سازمان های یادگیرنده
- سطوح و انواع یادگیری (سطح فردی، تیمی و سازمانی)
- فرایندها و روش های یادگیری
- عوامل توانمندساز در یادگیری تیمی و سازمانی
- تفکر سیستمی و مدل های ذهنی در سازمان یادگیرنده
- استراتژی های ایجاد سازمان یادگیرنده
- نقش فرهنگ سازمانی در ایجاد سازمان یادگیرنده
- مهارت های رهبری برای ایجاد سازمان یادگیرنده
- نقش مدیریت منابع انسانی در سازمان یادگیرنده
- مدیریت دانش در سازمان های یادگیرنده
- زیرساخت های فناوری لازم برای ایجاد سازمان یادگیرنده
- دیدگاه زیست محیطی به سازمان یادگیرنده
- از سازمان یادگیرنده تا سازمان یاددهنده
- بررسی موانع و مشکلات بر سر راه سازمان یادگیرنده
- آسیب شناسی وضع موجود سازمان های یادگیرنده در ایران

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

سنگه، پیتر (۱۳۹۰). پنجمین فرمان: خلق سازمان یادگیرنده. ترجمه محمد روشن و حافظ کمال هدایت. سازمان مدیریت صنعتی.
سنگه، پیتر (۱۳۸۹). رقص تغییر: چالش‌های تغییر پایدار در سازمان یادگیرنده. ترجمه حسین اکبری، مسعود سلطانی و علینقی مشایخی.
آریانا قلم.
قربانی‌زاده، وجه‌الله (۱۳۸۷). یادگیری سازمانی و سازمان یادگیرنده با نگرشی بر مدیریت دانش. بازتاب.
مایکل مارکوارت (۱۳۸۷). ایجاد سازمان یادگیرنده: توسعه عناصر پنج‌گانه برای یادگیری سازمانی. ترجمه محمدرضا زالی. مرکز کارآفرینی
دانشگاه تهران.

Argote, L. (2013). *Organizational Learning: Creating, Retaining and Transferring Knowledge*. Springer.
Gould, N. and Baldwin, M. (2012). *Social Work Critical Reflection and the Learning Organization*.
Ashgate Publishing.
Marquardt, M. J. (1996). *Building the Learning Organization*. McGraw Hill.
Senge, P. M. (1999). *The Dance of Change: The Challenges to Sustaining Momentum in a Learning
Organization*. Crown Business.
Wheeler, K. (2012). *The Corporate University Workbook: Launching the 21st Century Learning
Organization*. Wiley.



کار آفرینی استراتژیک (۲۰۰۵)		عنوان فارسی درس	
Strategic Entrepreneurship		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
اصول کارآفرینی (۱۰۱۵)		دروس پیش نیاز	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با استراتژی‌های کارآفرینی، نحوه سیاستگذاری‌ها، برنامه ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در فرایند کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌های کوچک است. انتظار می‌رود دانشجویان با گذراندن این درس، مهارت‌های لازم در زمینه برنامه استراتژیک در فرایند کارآفرینی را کسب کنند.

سرفصل درس:

- تعاریف و مفاهیم کارآفرینی استراتژیک
- آشنایی با متغیرهای استراتژیک مرتبط با شرکت‌های کارآفرین
- عناصر و مدل‌های کارآفرینی استراتژیک
- کارآفرینی استراتژیک در عرصه عمل
- مدیریت استراتژیک در کسب و کارهای کوچک
- استراتژی‌های جهانی شدن در فعالیتهای کارآفرینی
- نقش فناوری اطلاعات در کسب و کارهای کوچک
- نقش استراتژی شبکه‌ای در توسعه کارآفرینی
- استراتژی رشد در بنگاه‌های کارآفرینی
- استراتژی‌های پیمانکاری فرعی، خوشه‌های صنعتی و نوآوری
- استراتژی‌های رفتاری برای توسعه کارآفرینی
- کارآفرینی در شرکت‌های دانش‌محور
- استفاده از کارت امتیاز متوازن در شرکت‌های کارآفرین
- زمینه‌های تحقیقاتی معاصر در کارآفرینی استراتژیک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاریت مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- گاندیری، لیزا. ک. و کیکول، جیل. آر. (۱۳۸۸). مدیریت استراتژیک کارآفرینی. ترجمه سیدمحمد اعرابی و کورش نجفی پاشاکی. مهکامه. مقیمی، محمد و رمضان، مجید (۱۳۹۰). مدیریت استراتژیک و کارآفرینی. راه‌دان.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. and Sexton, D. L. (2002). Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset. Blackwell Publishers.
- Kuratko, D. F. and Welsch, H. P. (2003). Strategic Entrepreneurial Growth (2nd edition). South Western College.
- Wickham, P. (2006). Strategic Entrepreneurship (4th edition). Pearson Education.



کار آفرینی اجتماعی (۲۰۰۶)		عنوان فارسی درس	
Social Entrepreneurship		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
اصول کارآفرینی (۱۰۱۵)		دروس پیش نیاز	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مفهوم کارآفرینی اجتماعی و مدل‌های مرتبط با آن و همچنین بررسی زمینه‌های اجتماعی موثر بر رشد و توسعه کارآفرینی در جامعه است.

سرفصل درس:

- تعاریف و مفاهیم مرتبط با کارآفرینی اجتماعی
- ویژگی‌های کارآفرینان اجتماعی
- کارآفرینی اجتماعی و توسعه
- اشکال، نظریه‌ها و الگوهای کارآفرینی اجتماعی
- کارآفرینی اجتماعی در عمل
- نقش دولت در تسهیل کارآفرینی اجتماعی
- مدل‌های ارزیابی کارآفرینی اجتماعی
- اندازه‌گیری ارزشهای اجتماعی
- نظریه‌های تغییر اجتماعی و نقش کارآفرینان
- سرمایه اجتماعی و کارآفرینی
- عوامل پیش‌برنده و بازدارنده فرهنگ کارآفرینی
- سازمان‌های غیردولتی و نقش آن‌ها در توسعه کارآفرینی
- کارآفرینی در بخش دولتی
- نقش زنان در توسعه کارآفرینی
- نقش فرهنگ ایرانی / اسلامی در توسعه کارآفرینی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

بروکس، آرتورسی (۱۳۹۱). کارآفرینی اجتماعی: رویکردی نوین به ایجاد کسب و کار اجتماعی، ترجمه زهرا آراستی، فنونش اعلامی و فاطمه نارنجی ثانی. سازمان جهاد دانشگاهی.

Bornstein, D. (2007). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. Oxford University Press.

Bornstein, D. and Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford University Press.

Brooks, C. (2008). *Social Entrepreneurship: A Modern Approach to Social Value Creation*. Prentice Hall.

Kayed, R. N. and Hassan, M. K. (2010). *Islamic Entrepreneurship*. Routledge.

Keohane, G. L. (2012). *Social Entrepreneurship for the 21st Century: Innovation across the Nonprofit, Private, and Public Sectors*. McGraw Hill.

Mair, J. and Robinson, J. (2006). *Social Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan.

Nicholls, A. (2008). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford University Press.

Perrini, F. (2006). *The New Social Entrepreneurship: What Awaits Social Entrepreneurship Ventures?* Edward Elgar.

Praszkier, R. (2011). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Cambridge University Press.

Scofield, R. (2011). *The Social Entrepreneur's Handbook: How to Start, Build, and Run a Business That Improves the World*. McGraw Hill.



کار آفرینی سازمانی (۲۰۰۷)		عنوان فارسی درس	
Corporate Entrepreneurship		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
اصول کارآفرینی (۱۰۱۵)		دروس پیش‌نیاز	
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>	
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>	

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات کارآفرینی سازمانی در سطوح فردی / تیمی / سازمانی و محیطی و همچنین بررسی و تحلیل عوامل پیش‌برنده و بازدارنده سازمان در مسیر کارآفرینی سازمانی است.

سرفصل درس:

- پیشینه تاریخی مفهوم کارآفرینی سازمانی
- سطوح کارآفرینی سازمانی
- فرایند کارآفرینی سازمانی
- عوامل رفتاری موثر در پیشبرد کارآفرینی سازمانی
- تقویت انگیزه یادگیری و نوآوری در جهت کارآفرینی سازمانی
- مدیریت منابع انسانی و کارآفرینی سازمانی
- استراتژی سازمان و کارآفرینی سازمانی
- فرهنگ سازمانی و نقش آن در سازمان‌های کارآفرین
- نقش مدیرعامل و مدیران ارشد در ترویج فرهنگ کارآفرینی
- مدیریت عملکرد در سازمان‌های کارآفرین
- نقش ساختار و ارتباطات در کارآفرینی سازمانی
- سازمان‌های یادگیرنده و کارآفرینی سازمانی
- عوامل حیاتی موفقیت کارآفرینان درون سازمانی
- کنترل و ارزیابی اثربخشی کارآفرینی سازمانی
- تحقق کارآفرینی در سازمان‌های بزرگ
- کارآفرینی از منظر اندیشه‌های اسلامی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- مقیم، سیدمحمد (۱۳۸۵). کارآفرینی در سازمان های دولتی. فراندیش.
هادی زاده مقدم، اکرم و رحیمی فیل آبادی، فرج الله (۱۳۸۴). کارآفرینی سازمانی. نشر جانان.
- Burns, P. (2008). Corporate Entrepreneurship: Building an Entrepreneurial Organization. Palgrave Macmillan,
Burns, P. (2013). Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurship and Innovation in Large Organizations (3rd edition). Palgrave Macmillan.
Hisrich, R. and Kearney, C. (2011). Corporate Entrepreneurship: How to Create a Thriving Entrepreneurial Spirit throughout Your Company. McGraw Hill.
Lynskey, M. and Yonekura, S. (2002). Entrepreneurship and Organization: the Role of Entrepreneur in Organizational Innovation. Oxford University Press.
Morris, M. H, Kuratko, D. F. and Covin, J. g. (2010). Corporate Entrepreneurship and Innovation (3rd edition). Cengage Learning.



مدیریت کسب و کارهای کوچک (۲۰۰۸)		عنوان فارسی درس
Small Business Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-الزامی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با اداره امور کسب و کارهای کوچک متناسب با مراحل شکل گیری و توسعه آنها در زمینه‌های مختلف مدیریت عملیات، تامین مالی و بازاریابی است.

سرفصل درس:

- ساختار کسب و کارهای کوچک و تحلیل اقتصادی و اجتماعی آن
- پایه‌های موفقیت در کسب و کارهای کوچک
- تحلیل جهانی از کسب و کارهای کوچک
- بررسی مدیریت کسب و کارهای کوچک در ایران
- تعریف و تحلیل کسب و کارهای خانوادگی (عملیات، مزایا، معایب و چالش‌ها)
- استراتژی‌ها و تاکتیک‌های کسب و کارهای کوچک
- کنترل و نظارت در کسب و کارهای کوچک
- مدیریت منابع انسانی و رهبری در کسب و کارهای کوچک
- منابع شکل گیری سرمایه برای کارآفرینان
- حسابداری مدیریت و روش‌های هزینه‌یابی در بنگاه‌های کوچک
- نحوه تامین مالی کسب و کارهای کوچک و متوسط
- بازاریابی و تحقیقات بازار برای کسب و کارهای کوچک
- آشنایی با قوانین حمایتی و قوانین خاص کسب و کارهای کوچک در کشور
- آشنایی با سازمان‌های دولتی مرتبط با امور کسب و کارهای کوچک
- آشنایی با سبک‌های مدیریت کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان نمر	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- دیکسون، دوگال (۱۳۹۰). راهنمای مدیریت موسسات کوچک: توصیه های سازمان بین المللی کار (I.L.O) برای دوره های کارآفرینی. شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- غفاریان، وفا، اعلمی میلانی، هما (۱۳۸۹). آنچه از شرکت های موفق آموختیم: چگونه می توان یک کسب و کار کوچک را با موفقیت اداره کرد. سازمان مدیریت صنعتی.
- کرمی، ازدر، آنالویی، فرهاد، خدادادی عباس (۱۳۸۹). مدیریت استراتژیک در صنایع کوچک و متوسط. ترجمه مهدی حقیقی کفایش. امیرکبیر.
- Bamford, Ch. E. and Bruton, G. (2010). *Entrepreneurship: a Small Business Approach*. McGraw Hill.
- Bannock, G. (2005). *The Economics and Management of Small Business: an international perspective*. Routledge.
- Byrd, M. J. and Megginson, L. (2008). *Small Business Management: an Entrepreneur's Guidebook (6th edition)*. McGraw Hill.
- Corman, J., Pennel, L. and Lussier, R. (2008). *Small Business Management: a Planning Approach (3rd edition)*. Atomic Dog.
- Hatten, T. S. (2011). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond (5th edition)*. Cengage Learning.
- Longenecker, J. G., Petty, J. W., Palich, L. E. and Hoy, F. (2011). *Small Business Management: Launching and Growing Entrepreneurial Ventures (16th edition)*. Cengage Learning.
- Mariotti, S. and Glackin, C. (2012). *Entrepreneurship: Starting and Operating a Small Business (3rd edition)*. Prentice Hall.
- Metrick, A. and Yasuda, A. (2010). *Venture Capital and the Finance of Innovation (2nd edition)*. Wiley.
- Storey, D. J. and Greene, F. (2010). *Small Business and Entrepreneurship*. Pearson Education.



مباحث منتخب در کارآفرینی (۲۰۰۹)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Entrepreneurship		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه کارآفرینی و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



اصول کسب و کارهای بین‌المللی (۲۱۰۱)		عنوان فارسی درس	
Principals of International Business		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با اصول، ملاحظات و قوانین کسب و کارهای بین‌المللی است. با توجه به اهمیت روزافزون تجارت بین‌الملل، رویکردهای صادراتی و توسعه بازارهای جهانی، آشنایی با اصول و مبنای اولیه تجارت و همکاری‌های تجاری فرامرزی می‌تواند بسیار موثر باشد.

سرفصل درس:

- معرفی کلی قوانین کسب و کارهای بین‌المللی
- الگوهای اساسی و قوانین کلی حاکم بر دادوستد بین‌المللی
- بازارهای مالی بین‌المللی
- کلید واژه‌ها و تعاریف پایه و کلیدی قانون کسب و کارهای بین‌المللی
- موانع و مشوق‌های توسعه دادوستد بین‌المللی
- سازمان‌ها و ارگان‌های نظارتی و قانون‌گذار
- توافقات بین‌المللی
- مفاهیم تاثیرگذار در توسعه و تسهیل دادوستد بین‌الملل
- انواع روش‌ها و رویکردهای دادوستد در عرصه جهانی
- مناسبات بین‌سازمانی
- مروری بر ابزارها و زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در دادوستد بین‌الملل
- ملاحظات اخلاقی و محیط زیستی
- مطالعات موردی دادوستد بین‌المللی
- سازمان‌های صادراتی در ایران
- آخرین تحولات در دادوستد بین‌الملل
- دادوستد بین‌الملل (فرصت‌ها، چالش‌ها)

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختصار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪



منابع:

- بال، دونالد، کلاج، مک (۱۳۸۳). کسب و کار بین المللی در عصر رقابت جهانی. ترجمه محمدحسین حکیمیان. سازمان مدیریت صنعتی.
دانشگاه هاروارد (۱۳۸۹). از کسب و کار محلی تا کسب و کار جهانی. ترجمه مجید نوریان. میلان.
کارترایت، راج (۱۳۸۸). تاثیر جهانی شدن بر مدیریت کسب و کار. ترجمه احمد هرمزی و عباس آقاجانی. همشهری.
August, R., Mayer, D. and Bixby, M. B. (2012). International Business Law (6th edition). Prentice Hall.
Baron, D. P. (2003). Business and Its Environment. Prentice Hall.
Bühning-Uhle, C., Kirchhof, G. L. and Scherer, G. (2006). Arbitration and Mediation in International Business. Kluwer Law International.
Dunning, J. H. (2012). International Production and the Multinational Enterprise (RLE International Business). Routledge.
Folsom, R. H., Gordon, M. W., Spanogle, J. A., Fitzgerald, P. L. And Van Alstine, M. P. (2012). International Business Transactions: A Problem Oriented Coursebook. West.
Schaffer, R., Agusti, F. and Earle, B. (2008). International Business Law and Its Environment. Cengage Learning.
Wild, J. J., Wild, K. L. and Han, J. C. (2006). International Business: The Challenges of Globalization. Prentice Hall.
Zerk, J. A. (2011). Multinationals And Corporate Social Responsibility: Limitations and Opportunities In International Law. Cambridge University Press.



حقوق کسب و کار بین‌المللی (۲۱۰۲)		عنوان فارسی درس	
International Business Law		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با قوانین و ملاحظات دادوستد در عرصه جهانی و یا رویکردهای صادراتی است. در مقایسه با دروس مشابه و بین‌رشته‌ای، تمرکز این درس بیشتر بر مسائل و ملاحظات حقوقی کسب و کار در عرصه جهانی است.

سرفصل درس:

- معرفی کلی اقتصاد بین‌المللی
- الگوهای اساسی و قوانین کلی حاکم بر دادوستد بین‌المللی
- موانع و مشوق‌های توسعه دادوستد بین‌المللی
- قراردادهای بین‌المللی
- اصطلاحات تجاری (اینکوترمز)
- انواع روش‌های پرداخت و ملاحظات مرتبط
- انواع ضمانت‌نامه‌ها و ملاحظات
- انواع روش‌های تامین مالی و ملاحظات
- انواع بیمه و ملاحظات
- سازمان‌ها و ارگان‌های نظارتی و قانون‌گذار
- توافقات بین‌المللی
- قوانین تأثیرگذار در توسعه و تسهیل دادوستد بین‌المللی
- قوانین و مراجع حل و فصل اختلافات
- قوانین و ملاحظات اخلاقی و محیط زیست



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

اشمیتوف، کلايو. ام. (۱۳۹۱). حقوق تجارت بین‌الملل. ترجمه بهروز اخلاقی. سمت.
 شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۱). حقوق تجارت بین‌الملل. سمت.

- August, R. A., Mayer, D. and Bixby, M. (2012). International Business Law: International Edition, Pearson Education.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J. and Schott, P. K. (2007). Firms in International Trade. National Bureau of Economic Research.
- Feenstra, R. C. (2003). Advanced International Trade: Theory and Evidence. Princeton University Press.
- Folsom, R. H., Gordon, M. W., Spanogle Jr, J. H., Fitzgerald, P. L. and Van Alstine, M. P. (2012). International Business Transactions: Trade and Economic Relations. West.
- Markusen, J. R. (2004). Multinational Firms and the Theory of International Trade. MIT Press.
- Schaffer, R., Agusti, F. (2011). International Business Law and Its Environment (8th edition). Cengage Learning.
- Trebilcock, M., Howse, R. and Eliason, A. (2012). The Regulation of International Trade. Routledge.



مدیریت جهانی (۲۱۰۳)		عنوان فارسی درس	
Global Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با مدیریت در عرصه جهانی است.

سرفصل درس:

- معرفی کلی مبانی مدیریت در عرصه جهانی
- الگوهای اساسی مدیریت در عرصه جهانی
- کلید واژه‌ها و تعاریف پایه و کلیدی مدیریت در عرصه جهانی
- مدیریت ریسک در عرصه جهانی
- تعاملات و مدیریت کسب و کار و تجارت در بازارهای نوظهور
- بازاریابی در عرصه جهانی
- انواع روش‌ها و رویکردهای مدیریت در عرصه جهانی
- فرهنگ، اقتصاد و سیاست (تأثیرات متقابل در مدیریت بین‌الملل)
- تجارت الکترونیک مدیریت در عرصه جهانی
- ملاحظات اخلاقی مدیریت در عرصه جهانی
- مطالعات موردی مدیریت در عرصه جهانی (سازمان‌های صادراتی در ایران)
- آخرین تحولات در مدیریت در عرصه جهانی
- مدیریت در عرصه جهانی (فرست‌ها، چالش‌ها)
- جهان تک‌قطبی و عرصه مدیریت جهانی
- افول قدرت اقتصادی غرب و پیامدهای مدیریتی آن



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

براید، اول کبرک، وارد، کارن (۱۳۸۷). جهانی شدن مدیریت و طراحی سازمان. ترجمه رضا واعظی و جلال‌الدین زارع اشکذری. گنجینه علوم انسانی.
 زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۹). مدیریت فراملیتی و جهانی: نگرش تطبیقی. سمت.

Dalton, M. A., Deal, J., Ernst, C. T. and Leslie, J. (2002). Success for the New Global Manager: How to Work Across Distances, Countries, and Cultures. Jossey Bass.

Deresky, H. (2006). International Management: Managing Across Borders And Cultures. Prentice Hall.

Greenwood, R., Rose, T., Brown, J. L., Cooper, D. J. and Hinings, B. (1999). The Global Management of Professional Services: The Example of Accounting Theories of The Management Process: Making Sense through Difference. Sage.

Johansson, J. K. (2000). Global Marketing: Foreign Entry, Local Marketing and Global Management. McGraw Hill.

Lane, H. W., Maznevski, M., Mendenhall, M. E. and McNett, J. (Eds.). (2006). The Blackwell handbook of Global Management: A Guide to Managing Complexity. Wiley.

Mendenhall, M., Punnett, B. J. and Ricks, D. A. (1995). Global Management. Blackwell.



مدیریت مذاکرات (۲۱۰۴)		عنوان فارسی درس	
Negotiation Management		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات مرتبط با شناخت و مدیریت مذاکرات درون، برون و بین‌سازمانی است.

سرفصل درس:

- مروری بر مبانی مذاکره
- قوانین کلی حاکم بر مدیریت مذاکرات
- انواع، تئوری‌ها و مدل‌های مدیریت مذاکرات
- تنش و انواع رویکردها در مدیریت تنش
- مهارت‌های ارتباطی فردی، سازمانی و بین‌سازمانی
- آشنایی با فرهنگ سازمانی و تأثیرات تفاوت‌های فرهنگی بر مدیریت مذاکرات
- استراتژی‌های مدیریت مذاکرات (مفاهیم، مدل‌ها، نتایج، کاربردها)
- رویکردهای مدیریت مذاکرات (فرست‌ها، چالش‌ها)
- فضاهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی کلی تأثیرگذار بر مدیریت مذاکرات
- مروری بر ابزارهای نوین در مدیریت مذاکرات
- مطالعات موردی مدیریت مذاکرات در ایران
- آخرین تحولات مدیریت مذاکرات
- مدیریت مذاکرات (فرست‌ها، چالش‌ها)
- اخلاق اسلامی و اثربخشی مذاکرات

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

- رضاییان، علی (۱۳۹۱). مدیریت تعارض و مذاکره (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته). سمت.
- فیشر، راجر و یوری، ویلیام (۱۳۹۱). اصول و فنون مذاکره. ترجمه سعود حیدری. سازمان مدیریت صنعتی.
- Babcock, L. and Laschever, S. (2003). Women Don't Ask: Negotiation and the Gender Divide. Princeton University Press.
- Lewicki, J. R., Saunders, D. M., and Barry, B. (2009). Negotiation. McGraw Hill.



- Fischer, R., Ury, W. and Patton, B. (1981). *Getting to Yes. Negotiating Agreement without Giving In.* Houghton Mifflin Harcourt.
- Kremenjuk, V. A. (2002). *International Negotiation: Analysis, Approaches, Issues.* Jossey Bass.
- Kramer, R. M. E. and Messick, D. M. (1995). *Negotiation as a Social Process: New Trends in Theory and Research.* Sage.
- Kraus, S. (2001). *Strategic Negotiation in Multiagent Environments.* MIT Press.
- Lewicki, R. J., Saunders, D. M. and Minton, J. W. (1999). *Negotiation: Readings, Exercises, and Cases.* McGraw Hill.
- Raiffa, H. (1982). *The Art and Science of Negotiation.* Harvard University Press.
- Stone, D. and Patton, B. (2010). *Difficult Conversations: How to Discuss What Matters Most.* Penguin.



مباحث منتخب در کسب و کار بین المللی (۲۱۰۵)		عنوان فارسی درس
Selected Topics in International Business		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه کسب و کار بین الملل و زمینه های تحقیقاتی و کاربردی توین در این حوزه است.

سرفصل درسی:

سرفصل ها و منابع درسی می توانند با توجه به تیزهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



بازارها و نهادهای مالی (۲۲۰۱)		عنوان فارسی درس	
Financial Markets and Institutions		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
مدیریت مالی (۱۰۰۸)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با بازارها و نهادهای مالی، نوع عملیات، ویژگی‌های خاص هر کدام، مأموریتی که سازمان‌های مالی برای انجام آن پا به عرصه وجود نهاده‌اند و همچنین مدیریت آن‌ها است.

سرفصل درس:

- مروری بر سیستم‌های مالی
- سیاست‌های پولی و نرخ بهره
- ساختار و کارکرد بازارهای مالی
- میانی نهادهای مالی
- بانک‌های مرکزی و اجرای سیاست‌های پولی
- بازار اوراق قرضه
- بازار سهام
- بازارهای رهنی
- بازارهای اوراق مشتقه
- بازار ارز (Forex)
- صنعت بانک‌داری و مدیریت نهادهای مالی
- موسسات تامین سرمایه، کارگزاران و کارگزار-معامله‌گران
- صنعت صندوق‌های سرمایه‌گذاری
- شرکت‌های بیمه و صندوق‌های بازتنه‌سنگی و نقش آن‌ها در تامین مالی
- مدیریت ریسک در نهادهای مالی
- آشنایی با قانون بازار اوراق بهادار و قانون عملیات بانکی بدون ربا

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

فری، مایکل، فیوزی، فرانک و مودیلیانی، فرانکو (۱۳۸۹). میانی بازارها و نهادهای مالی. ترجمه حسین عبده تبریزی. پیشبرد.



میشکین، فردریک و ایکینز، استانی (۱۳۹۱). بازارها و نهادهای مالی. ترجمه حمید کردیچه. پژوهشکده پولی و بانکی.

Fabozzi, F. J., Modigliani, F. and Jones, F. (2009). Foundations of Financial Markets and Institutions (4th edition). Prentice Hall.

Madura, J. (2012). Financial Markets and Institutions. Cengage Learning.

Mishkin, F. S. (2012). The Economics of Money, Banking and Financial Markets. Pearson Education.

Mishkin, F. S. and Eakins, S. G. (2011). Financial Markets and Institutions (7th edition). Prentice Hall.

Saunders, A. and Cornett, M. (2010). Financial Markets and Institutions. McGraw Hill.



مدیریت سرمایه گذاری (۲۲۰۲)		عنوان فارسی درس
Investment Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت مالی (۱۰۰۸)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات ریسک، بازده و مدیریت سرمایه و چگونگی تعیین ارزش اوراق قرضه است.

سرفصل درس:

- محیط سرمایه گذاری
- آشنایی با انواع دارایی‌ها و ابزارهای مالی، بازار پول و بازار سرمایه
- مقدمه‌ای بر ریسک و بازده
- بررسی پرتفوی حداقل واریانس و تنوری مارکوویتز
- مطالب تکمیلی در بررسی تنوری مارکوویتز
- مدل قیمت‌گذاری دارایی‌های سرمایه‌ای
- آزمون مدل‌های قیمت‌گذاری دارایی‌ها
- مطالب تکمیلی CAPM و انتقادات وارده به آن
- تنوری قیمت‌گذاری آربیتراژ
- ارزش‌گذاری سهام عادی و اوراق قرضه
- شاخص‌های بازار سرمایه
- نظریه بازار کارا
- شواهد تجربی در معاملات سهام
- معیارهای ارزیابی عملکرد پورتفولیو
- آشنایی با ابزارهای مشتقه (قراردادهای آتی، اختیار معاملات و تاخت)
- بازار قراردادهای آتی و اختیار معاملات
- قیمت‌گذاری و استراتژی معاملات ابزارهای مشتقه
- متنوع‌سازی بین‌المللی (International CAPM)
- مروری بر انواع صندوق‌های سرمایه‌گذاری
- دیدگاه‌های اسلام در سرمایه‌گذاری



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- بادی، زوی، کین، آلکس و مارکوس، الان جی (۱۳۹۱). مدیریت سرمایه‌گذاری. ترجمه روح‌الله فرهادی، محمد ایمنی‌فر و مجید شریعت‌پناهی. شرکت اطلاع‌رسانی و خدمات بورس.
- راعی، رضا و تلنگی، احمد (۱۳۹۱). مدیریت سرمایه‌گذاری پیشرفته. سمت.
- Bodie, Z., Kane, A. and Marcus. A.J. (2010). Investments (9th edition). McGraw Hill Education.
- Christoffersen, P. F. (2011). Elements of Financial Risk Management. Elsevier.
- Cuthbertson, K. and Nitzsche, D. (2009). Investments (2nd edition). Wiley.
- Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J. and Goetzmann, W. N. (2013). Modern Portfolio Theory and Investment Analysis (9th edition). Wiley.
- Fabozzi, F. J. (2010). Financial Risk Management. Wiley.
- Francis, J. C. and Taylor, R. W. (2010). Schaum's Outline of Theory and Problems of Investments. McGraw Hill.
- Haugen, R. A. (2000). Modern Investment Theory (5th edition). Prentice Hall International.
- Kamso, N. (2013). Investing In Islamic Funds: A Practitioner's Perspective. Wiley.
- Reilly, F. K. and Brown, K. C. (2011). Investment Analysis and Portfolio Management (10th edition). South-Western Cengage Learning.



اقتصادسنجی مالی (۲۲۰۳)		عنوان فارسی درس	
Financial Econometrics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت مالی (۱۰۰۸)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با اقتصادسنجی مالی و تحلیل‌های کمی در علوم مالی است.

سرفصل درس:

- آشنایی با اقتصادسنجی و اقتصادسنجی مالی
- مروری بر مفاهیم مورد نیاز در آمار و احتمالات
- تحلیل رگرسیون یک متغیره و کاربردهای آن در مالی
- تحلیل رگرسیون چند متغیره و کاربردهای آن در مالی
- مدل‌های سری زمانی
- مدل‌های ARIMA
- مدل‌های ARCH و GARCH
- مدل‌های VAR
- مدل‌های عاملی
- آشنایی و کار با نرم‌افزارهای اقتصادسنجی
- روش‌های اقتصادسنجی استفاده شده به‌روز
- کاربرد مدل‌های اقتصادسنجی در امور مالی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- بروکز، کریس و بدری، احمد (۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر اقتصادسنجی مالی: تحلیل داده‌ها در علوم مالی. ترجمه عبدالمجید عبدالباقی. نص. افلاطونیان، عباس و نیکبخت، لیلی (۱۳۸۹). کاربرد اقتصادسنجی در تحقیقات حسابداری، مدیریت مالی و علوم اقتصادی. ترمه.
- Brooks, C. (2008). Introductory Econometrics for Finance (2nd edition). Cambridge University Press.
- Rachev, et.al. (2013). Financial Econometrics: From Basics to Advanced Modeling Techniques (1st edition). Wiley.
- Wang, P. (2008). Financial Econometrics (2nd edition). Routledge.

بانکداری (۲۲۰۴)		عنوان فارسی درس	
Banking		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	
مدیریت مالی (۱۰۰۸)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با موضوعات بانکداری، مدیریت و قانون گذاری در آن است.

سرفصل درس:

- پول و سیستم مالی
- نرخ بهره و سازوکارهای تعیین و تغییر آن
- ریسک و ساختار نرخ بهره (Term Structure)
- بازار ارز
- اقتصاد بانکداری
- بانک‌پایگی و بازارپایگی
- مدیریت و قانون گذاری در بانکداری
- رقابت در صنعت بانکداری
- ساختار بانک‌های مرکزی (به خصوص بانک مرکزی آمریکا (فدرال رزرو) و بانک مرکزی ایران)
- عرضه و تقاضای پول
- تئوری‌های سیاست پولی (Monetary Policy)
- پایه‌های بانکداری اسلامی
- شناخت صورت‌های مالی بانک و ارزیابی بازدهی و عملکرد بانک
- هزینه سرمایه و ارزیابی نقدینگی در بانک
- مدیریت پرتفوی بدهی‌ها و اعتبارات
- ریسک‌های بانکداری و مدیریت ریسک‌های عملیاتی
- آشنایی با قوانین بانکداری در ایران
- تحلیل صنعت بانکداری در بورس اوراق بهادار
- نرخ بهره در ایران و سایر کشورها
- تجارب ایران و سایر کشورها در بانکداری بدون ربا



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- رشیدی، مهدی (۱۳۹۲). بانکداری بین‌الملل. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
علوی، سید یحیی (۱۳۸۹). بانکداری بدون ربا (چالش‌ها و راهکارها). دانشگاه امام صادق (ع).
موسویان، سید عباس (۱۳۷۸). بانکداری اسلامی. پژوهشکده فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- Bessis, J. (2011). Risk Management in Banking (3rd edition). Wiley.
El Tiby-Ahmed, A. M. (2010). Islamic Banking: How to Manage Risk and Improve Profitability. Wiley.
Howells, P. and Bain, K. (2005). The Economics of Money, Banking and Finance: A European Text (3rd edition). Prentice Hall.
Kettell, B. B. (2011). Introduction to Islamic Banking and Finance. Wiley.
Kim, S. J. and McKenzie, M. (2010). International Banking in the New Era: Post-crisis Challenges and Opportunities. Emerald Group Publishing.
Koch, T. W. and MacDonald, S. S. (2012). Bank Management (8th edition). Cengage.
Mishkin, F. (2009). The Economics of Money, Banking and Financial Markets (9th edition). Pearson Hall.
Proctor, C. (2010). The Law and Practice of International Banking. OUP Oxford.
Rose, P. and Hudgins, S. (2012). Bank Management and Financial Services (9th edition). McGraw Hill Education.
Smith, R. C., Walter, I. and DeLong, G. (2012). Global Banking. Oxford University Press.



عنوان فارسی درس		بیمه (۲۲۰۵)	
عنوان لاتین درس		Insurance	
تعداد واحد: ۳	نوع واحد:	<input type="checkbox"/>	جبرانی
		<input type="checkbox"/>	اصلی
		<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری
		<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی
		<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری
نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>		تعداد ساعت: ۴۸	
دروس پیش نیاز		مدیریت مالی (۱۰۰۸)	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مبانی بیمه، انواع قراردادهای مربوط به بیمه‌ها، کاربردهای این نوع قراردادها و نوآوری‌های ایجاد شده در آن‌ها و مفهوم بیمه در اسلام است.

سرفصل درس:

- آشنایی با مفهوم بیمه
- نقش بیمه در سیستم اقتصادی و مالی
- صنعت بیمه در جهان
- انواع قراردادهای رایج در صنعت بیمه
- اوراق بهادار در صنعت بیمه
- مفهوم بیمه در اسلام
- مدل‌ها و مکانیسم‌های بیمه اسلامی
- مدیریت دارایی‌ها و مسائل حقوقی در بیمه اسلامی
- فرایند بیمه و محاسبات بیمه
- انواع بیمه‌نامه‌های عمر و شرایط، اختیارات و الحاقیه‌های آن‌ها
- استفاده‌کنندگان از بیمه عمر و حق بیمه آن‌ها
- امنیت اجتماعی و طرح‌های بازنشستگی
- بیمه هزینه‌های درمانی و بیمه بیکاری در هنگام درمان
- شرایط بیمه‌نامه‌های درمانی و کاربردهای آن
- مدیریت ریسک در بیمه‌های درمان و عمر
- بیمه‌نامه‌های اموال و مسئولیت و شرایط، اختیارات در آن‌ها
- استفاده‌کنندگان از بیمه اموال و مسئولیت و حق بیمه آن‌ها
- مدیریت ریسک در بیمه‌های اموال و مسئولیت
- بیمه‌های اتکایی و برنامه‌ریزی برای بلایای زیان‌بار
- بازار بیمه‌های اتکایی
- تحریم و خدمات بیمه‌ای در ایران



-
- Nelson, P. V. (2011). *Greenhouse Operation and Management*. Prentice Hall.
Pullman, M. and Wu, Z. (2012). *Food Supply Chain Management: Economic, Social and Environmental Perspectives*. Routledge.



مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		عنوان فارسی درس
Financial Management in Agricultural Business		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
حسابداری برای مدیران در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۳)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با نحوه استفاده از اطلاعات مالی در مدیریت واحدهای تجاری کشاورزی است.

سرفصل درس:

- صورت‌های مالی و گردش جریان نقدی در واحدهای تجاری کشاورزی
- تحلیل صورت‌های مالی
- تحلیل نسبت‌های مالی با استفاده از ترانزنامه کشت و صنعت‌های کشاورزی
- اهرم مالی، ارزش زمانی پول (ارزش حال، ارزش آتی)
- سیستم چهار متغیر سالواره
- ارزش حال خالص، نرخ‌های تنزیل و تورم، استهلاک وام
- ارزیابی سهام (ارزش سهام، توزیع سود سهام)
- منحنی بازده، ارزیابی اوراق مشارکت
- بودجه‌بندی سرمایه‌های، سرمایه در گردش فعالیت‌های کشاورزی تجاری
- تحلیل حساسیت، تحلیل سربه‌سر
- هزینه سرمایه، سرمایه‌گذاری در دارایی‌های بلندمدت، منابع تامین مالی و بازارهای مالی کشاورزی
- ریسک و بازده دارایی‌های مالی
- پرتفوی دارایی‌ها
- ضمانت‌نامه‌های مالی و اعتبارات کشاورزی
- نقش بانک کشاورزی و شرکت‌های تعاونی روستایی در تامین مالی بنگاه‌های کشاورزی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

قربانی، محمد و نعمتی، امین (۱۳۹۰). تامین مالی کشاورزی (اصول و مبانی). دانشگاه فردوسی مشهد.
نورتون، راجر (۱۳۹۰). تامین مالی خرد کشاورزی. ترجمه محمدتقی جمشیدی بروجردی. سپهر.



هامپتون، جان (۱۳۸۴). مدیریت مالی. مترجم مسعود و حمیدرضا و کیلی فرد. پلیکان.

Anthony, A. and Atkinson, E. and Matsumura, M. and Mark Young, S. (2007). Management Accounting: Information for Decision-Making and Strategy Execution (6th edition). Prentice Hall.

Barry, P. and Ellinger, P. (2011). Financial Management in Agriculture (7th edition). Prentice Hall.

Chandra, P. (2011). Financial Management. Tata McGraw Hill Education.

Erich, H. (2001). Financial Analysis Tools and Techniques: A Guide for Managers. McGraw Hill

George, T., Friedlob, L., Schleifer, L. and Schleifer, F. (2002). Essentials of Financial Analysis. Wiley.

McDonald, M. and Woodburn, D. (2006). Key Account Management (2nd edition). The Definitive Guide.

Obst, W. J., Graham, R. and Christie. (2007). Financial Management for Agribusiness. Landlinks Press.



تحلیل سیاست‌های کشاورزی (۴۰۰۶)		عنوان فارسی درس
Agricultural Policy Analysis		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	چیرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با سیاست‌ها و نحوه اثرگذاری آن‌ها بر واحدهای تولیدی است.

سرفصل درس:

- مسائل و چالش‌های فراروی واحدهای تولید کشاورزی و صنایع غذایی
- الگوی تحلیل و ارزیابی سیاست‌های قیمتی محصولات کشاورزی
- سیاست‌های قیمت تضمینی محصولات کشاورزی
- کارایی سیاست‌های کشاورزی
- سیاست‌های قیمت کف، سقف و توافقی محصولات کشاورزی
- سیاست‌های تنظیم و تثبیت دولت در بازار محصولات کشاورزی
- سیاست غذای ارزان در کشاورزی
- سیاست‌های یارانه‌ای نهاده‌های کشاورزی
- هزینه‌های اجتماعی و زیست محیطی سیاست‌های کشاورزی
- رفاه و انتقال درآمد
- سیاست‌های دولت و رفاه
- درآمد مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان محصولات کشاورزی
- سیاست‌های تجاری محصولات کشاورزی
- بیمه و سیاست‌های حمایتی محصولات کشاورزی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
٪۲۵	٪۵۰	-	٪۲۵

منابع:

حسینی، سیدصدف (۱۳۸۵). الگوهای اقتصادی تحلیل قیمت و سیاست کشاورزی. دانشگاه تهران.
شکوری، علی (۱۳۹۱). سیاست‌های توسعه کشاورزی در ایران. سمت.
موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی (۱۳۸۷). فرایند تحول سیاست‌های کشاورزی در ایران (به انضمام تجارب سایر کشورها).

Knutson, R. D., Penn, J. B. L., Flinchbaugh, B. L. (2006). Agricultural and Food Policy (6th edition). Prentice Hall.

OECD. (2012). Agricultural Policies for Poverty Reduction. OECD Publishing.

Schmitz, A. (2010). Agricultural Policy, Agribusiness and Rent-seeking Behaviour. University of Toronto Press.



ریسک قیمت و بازار بورس محصولات کشاورزی (۴۰۰۷)		عنوان فارسی درس	
Price Risk and Markets for Agricultural Products		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مکانیسم بازار بورس کالا و ریسک قیمت است.

سرفصل درس:

- انواع ریسک در فعالیت‌های کشاورزی - ریسک قیمت محصولات کشاورزی
- منابع ریسک قیمت محصولات کشاورزی
- ماهیت ریسک محصولات کشاورزی
- مدیریت ریسک قیمت محصولات کشاورزی
- مفهوم و مکانیزم بازار بورس کالا
- گسترش بورس کالایی در بخش کشاورزی
- آشنایی با بورس‌های کالایی در جهان
- اهداف راه‌اندازی بورس‌های کالایی
- ساختار بازار، انواع کارگزاری‌های محلی و ملی و بین‌المللی محصولات کشاورزی
- معاملات و آشنایی با ابزارهای مشتقه بورس کالا (قراردادهای نقدی، سلف، آتی و غیره...)
- هیات اجرایی بازار بورس
- آشنایی با قوانین و مقررات بورس کالا
- بازارهای آینده و قراردادی محصولات کشاورزی
- عوامل موثر بر موفقیت بازار بورس کالایی کشاورزی
- آشنایی با شاخص‌های عملکرد بورس کالا
- مدیریت ریسک در بورس کالا



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

Crouhy, M., Galai, D. and Mark, R. (2005). The Essentials of Risk Management. McGraw Hill.

OECD. (2011). Managing Risk in Agriculture; Policy Assessment and Design. OECD Library.
Wayne, D. P. (1997). Managing Price Risk in Agricultural Commodity Markets. Farm Business Management.



صنعت مواد غذایی در ایران (۴۰۰۸)		عنوان فارسی درس	
Food Industry in Iran		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با پروسه‌های فرآوری در صنایع مختلف مواد غذایی است.

سرفصل درس:

- صنایع لبنیات
- صنایع گوشت و شیلات
- صنایع مواد استخراجی
- صنایع تبدیلی
- الیاف نباتی
- صنایع تقطیر و الکل کشی
- سرکه‌سازی و تهیه مایه‌ها
- صنعت نانواپی
- کنسروسازی
- عمل‌آوری خشکبار
- سردخانه
- صنایع بسته‌بندی
- فناوری تبدیل مواد غذایی
- صنایع توسعه و نگهداری مواد غذایی
- کنترل کیفی مواد غذایی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
۲۵٪	۵۰٪	-	۲۵٪

منابع:

عظیمی، سیدعلی‌اکبر (۱۳۸۷). اطلس تولید محصولات کشاورزی در ایران. موسسه پژوهش‌های برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی.

Michael, O. M., Nguyen, V. S., Blayney, D., Chambers, W. and Nelson, K. (2005). Structural Change in the Meat, Poultry, Dairy, and Grain Processing Industries. Economic Research Report.

Singh, R. P. and Dennis, R. H. (2008). Introduction to Food Engineering (5th edition). Food Science and Technology.

Williams, P. A. and Phillips, G. O. (2012). Gums and Stabilisers for the Food Industry. RSC Publishing.



اقتصاد تولید کشاورزی (۴۱۰۱)		عنوان فارسی درس	
Agricultural Production Economics		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با نحوه به‌کارگیری نظریه‌های تولید و معیارهای بهینه‌یابی در تولید محصولات و به‌کارگیری نهاده‌ها در واحدهای تولید کشاورزی و صنایع غذایی است.

سرفصل درس:

- تعریف اقتصاد تولید، کاربرد اقتصاد تولید، سوالات پیش روی تولیدکننده، اهداف تولید و تولیدکننده
- چگونگی تاثیرگذاری دولت بر تولید و سوالات پیش روی تولیدکننده
- تحلیل ابعاد فنی و اقتصادی تکنولوژی تولید
- تصمیم‌گیری در مصرف بهینه نهاده‌ها و تولید محصولات در کوتاه‌مدت و بلندمدت
- تحلیل ساختار تولید در واحدهای تولیدی
- تحلیل ساختار هزینه تولید در واحدهای تولیدی، تحلیل سود در واحدهای تولیدی
- معیار انتخاب ترکیب بهینه محصولات، معیارهای به‌کارگیری نهاده‌ها و منابع تولیدی
- ارتباط بین نهاده، ارتباط بین محصولات
- تعیین ارزش (قیمت) نهاده‌های مختلف در تولیدات مختلف
- معیارهای تعیین قیمت محصولات در بازارهای مختلف، معیارهای تعیین مقدار عرضه
- نقش مالیات‌ها و یارانه‌ها در تولید و ترکیب نهاده‌ها
- محاسبه و تحلیل بهره‌وری و کارایی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اعتبار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

- اکبری، نعمت‌الله و شریف، مصطفی (۱۳۸۶). اقتصاد کشاورزی. سمت.
 سلطانی، غلامرضا و نجفی، سیدبهادین (۱۳۸۶). اقتصاد کشاورزی. نشر دانشگاهی.
 کوباهی، مجید (۱۳۸۶). اصول اقتصاد کشاورزی. دانشگاه تهران.

Dbertin, D. L. (1986). Agricultural Production Economics. Macmillan Publishing.

Debertin, D. L. (2012). Agricultural Production Economics (2nd edition). Create Space Independent Publishing Platform.

Fare, R. and Primont, D. (1995). Multi-Output Production and Duality: Theory and Applications. Kluwer Academic Publishers.

Gardner, B. L. and Raussler, G. C. (Eds.). (2002). Handbook of Agricultural Economics. Elsevier.



مدیریت زنجیره تولید و عرضه مواد غذایی (۴۱۰۲)		عنوان فارسی درس
Food Supply Chain Management		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
		دروس پیش‌نیاز
		آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
		سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>

هدف: هدف از این درس آشنایی با برنامه‌ریزی عرضه، تقاضا، ذخیره‌سازی، حمل‌ونقل، ارزش‌افزایی و ارائه خدمات بهتر به مشتریان در راستای حداقل‌سازی هزینه است.

سرفصل درس:

- ساختار تولید فراورده‌های غذایی
- روش‌های توزیع محصولات کشاورزی، عوامل موثر بر کارایی سیستم توزیع
- روش‌های ارتقاء کارایی زنجیره عرضه، تجربیات دیگر کشورها در سیستم عرضه مواد غذایی
- سهم عوامل در ارزش‌افزایی محصولات، تعریف زنجیره تولید (SCM)، اهمیت زنجیره تولید در اقتصاد ملی
- جهانی شدن اقتصاد و تاثیر آن بر زنجیره مدیریت نوسان
- عرضه و تقاضای کالا، مدیریت انبارداری
- حمل‌ونقل در زنجیره عرضه
- پیش‌بینی عرضه و تقاضا
- مدیریت هزینه در زنجیره عرضه مواد غذایی
- شناسایی ریسک در سطوح مختلف زنجیره و مدیریت آن
- طرح کسب‌وکار
- نقش دولت در توسعه زنجیره محصولات کشاورزی
- تئوری بازی‌ها، ادغام عمودی و افقی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیاری مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

رابرت، جاکوبز، ویلیام، اف و بری، ال (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی و کنترل تولید برای مدیریت زنجیره تامین. ترجمه کامران فیضی. سازمان مدیریت صنعتی.

Bourlakis, M. A. and Weightman, P. W. (Eds.). (2004). Food Supply Chain Management. Blackwell Pub.

- Eastham, J., Sharples, L. and Ball, S. (Eds.). (2001). Food Supply Chain Management. Routledge.
- Groznik, A. (2012). Pathways to Supply Chain Excellence. InTech.
- Hugos, M. H. (2011). Essentials of Supply Chain Management (3rd edition). Wiley.
- Knight, J. B. and Kotschevar, L. H. (2000). Quantity Food Production, Planning, and Management (3rd edition). Wiley.
- Ondersteijn, C. J., Wijnands, J. H., Huirne, R. B. and van Kooten, O. (Eds.). (2006). Quantifying the Agri-food Supply Chain. Springer.
- Vorst, J. G. A. J. V. D. (2000). Effective Food Supply Chains: Generating, Modelling and Evaluating Supply Chain Scenarios. Wageningen Universiteit.



آمار در بازاریابی و مدیریت کشاورزی (۴۱۰۳)		عنوان فارسی درس
Statistics in Agricultural Management and Marketing		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با اصول و مبانی آمار در تحقیقات بازاریابی و مدیریت است.

سرفصل درس:

- نمونه و توزیع‌های نمونه‌گیری در کسب و کار کشاورزی
- تخمین بر اساس نمونه بزرگ
- آزمون‌های فرض آماری بر اساس نمونه بزرگ و کاربرد آن در کسب و کار کشاورزی
- استنباط آماری از نمونه کوچک (کاربردهای توزیع‌های استیودنت، کای‌دو و فشر)
- کاربردهای دیگر از توزیع کای‌دو (آزمون استقلال، همبستگی، نیکویی برازش) در کسب و کار کشاورزی
- رگرسیون خطی ساده و همبستگی و کاربرد آن در کسب و کار کشاورزی
- مدل‌های پیش‌بینی کمی (مدل‌های ساده اقتصاد سنجی، میانگین متحرک، نمودار هموار، میانگین نمایی، وزنی، پاکس و جنکینز)
- مدل‌های پیش‌بینی کیفی در کسب و کار کشاورزی
- روش‌های ترکیبی
- آشنایی با یکی از نرم‌افزارهای آماری
- واحد عملی حل تمرین و کار با کامپیوتر



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

بصیری، عبدالله (۱۳۸۵). طرح‌های آماری در علوم کشاورزی. دانشگاه شیراز.
 رضایی، عبدالمجید و میرمحمدی میدی، سیدعلی محمد (۱۳۹۰). آمار و احتمالات: کاربرد در کشاورزی. جهاد دانشگاهی.
 رودباری، مرضیه (۱۳۹۱). طرح آزمایشات کشاورزی. سنجش و دانش.
 سادات نوری، سیداحمد (۱۳۹۰). آمار کاربردی و طرح آزمایش‌ها برای علوم کشاورزی. دانشگاه تهران.
 قارسی، محمد (۱۳۸۸). آمار کاربردی در کشاورزی و علوم زیستی. جهاد دانشگاهی.
 مؤذن قمصری، بهروز (۱۳۹۰). طرح آزمایش‌های کشاورزی. مهر سیحان.
 Amdekar, S. J. (2013). Statistical Methods for Agricultural and Biological Sciences. Narosa Pub House.
 Carl McDaniel, Jr. and Gates, J. (2008). Marketing Research Essentials (6th edition). Wiley.
 Unites States Government Printing. (2012). Agricultural Statistics.

تجارت الکترونیک محصولات کشاورزی (۴۱۰۴)		عنوان فارسی درس
E-Commerce for Agricultural Products		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی
سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت (۱۰۳۱)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مدیریت هر چه بهتر معاملات و دادوستدهای الکترونیکی و نیز اشکال مختلف آن است.

سرفصل درس:

- اشکال مختلف بازاریابی محصولات کشاورزی
- تجارت الکترونیکی چیست؟
- میدان و دیدگاه تجارت الکترونیکی
- انقلاب فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک (مبانی پرداخت‌های الکترونیکی، مزایای تجارت الکترونیکی در کسب و کار کشاورزی)
- مسائل و مشکلات تجارت الکترونیکی محصولات کشاورزی (اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، قانونی، اخلاقی و فنی)
- مقایسه تجارت الکترونیکی و تجارت سنتی، موفقیت و شکست‌های تجارت الکترونیکی محصولات کشاورزی
- خصوصیات وب سایت در موفقیت تجارت الکترونیکی محصولات کشاورزی
- امنیت تجارت از طریق شبکه اینترنت، استفاده تجاری از اینترنت
- اهمیت استراتژیک سیستم‌های اطلاعاتی در خلق مزیت رقابتی برای بنگاه‌های کشاورزی
- تعریف سیستم‌های اطلاعاتی و انواع آن، مفهوم ارتباط و جایگاه ارتباطات در بستر کسب و کار کشاورزی
- زیرساخت‌های مورد نیاز سیستم‌های فناوری اطلاعات و اهمیت مدیریت صحیح اطلاعات
- بهبود کیفیت تصمیمات مدیران در کسب و کار کشاورزی با کمک فناوری اطلاعات
- روش‌های فروش اینترنتی محصولات کشاورزی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- پارساییان، علی و حنفی‌زاده، پیام (۱۳۸۸). تجارت الکترونیک: برنامه‌ریزی منابع سازمان. ترمه.
- Seitz, C. (2012). The Impact of Web-Based e-Commerce on Channel Strategy in the Agricultural Sector. Business economics-Trade and Distribution.
- Jun, L. (2012). Agricultural Information Technology. Science Press.



تجارت بین‌المللی محصولات کشاورزی (۴۱۰۵)		عنوان فارسی درس	
International Trade of Agricultural Products		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		دروس پیش‌نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با الگوهای نظری تجارت بین‌الملل و بیان ابزارهای کمی در تحلیل سیاست‌های تجاری است.

سرفصل درس:

- مقدمه (چرا تجارت بین‌الملل؟ انگیزه‌های تجارت، دلایل وجود موانع تجاری)
- نظریه‌های تجارت بین‌الملل (مفهوم مزیت نسبی و مطلق، تئوری‌های کلاسیک و مدرن تجارت، پارادوکس لونتیف و نظریه‌های جایگزین)
- سیاست‌های تجارت کشاورزی و پیامدهای آن بر اقتصاد داخل کشور، رویکرد تحلیل تعادل جزئی و تحلیل تعادل عمومی
- موانع تجاری برای واردکنندگان و صادرکنندگان
- اثرات تعرفه بر تولید، مصرف، واردات، رفاه، درآمدهای دولت و نرخ مبادله در دو حالت فرض کشور بزرگ و کشور کوچک
- اثرات محدودیت مقدار بر تولید، مصرف، واردات، رفاه، درآمد دولت، نرخ مبادله در دو حالت فرض کشور کوچک و بزرگ
- نرخ تعرفه بهینه، معادل‌سازی تعرفه (Tariffication)
- اثرات سوبسید صادرات، محدودیت اختیاری صادرات، مالیات بر صادرات، ممنوعیت صادرات (Embargoes)، توسعه صادرات و دامپینگ
- سیاست‌های توسعه صادرات، توافق‌های بین‌المللی سیاست تجاری استراتژیک
- سیاست‌های داخلی و اثرات آن بر تجارت (نرخ ارز و سیاست‌های حمایتی قیمتی)
- ادغام اقتصادی (Economic integration)، انواع و انگیزه آن
- ابزارهای کمی برای تحلیل سیاست‌های تجاری (Input-Output, CGE, SAM)
- ایران، WTO و معاهدات تجاری منطقه‌ای



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- اسماعیلی، عبدالکریم و گیلابور، امید (۱۳۸۷). تجارت بین‌الملل محصولات کشاورزی. موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی. ایچتر، کارل و استاتز، جان (۱۳۸۱). توسعه کشاورزی بین‌المللی. موسسه پژوهش‌های برنامه ریزی و اقتصاد کشاورزی.
- Houck, J. P. (1986). Elements of Agricultural Trade Policies. MacMillan Publishing.
- Reedition, M. R. (2000). International Trade in Agricultural Products. Prentice Hall.
- Wild, J. J., Wild, K. L. and Han, J. C. (2006). International Business: The Challenges of Globalization. Prentice Hall.

تحقیقات بازاریابی در کشاورزی تجاری (۴۱۰۶)		عنوان فارسی درس
Marketing Research in Agribusiness		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت بازاریابی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۳)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با تحقیقات بازاریابی در کشاورزی تجاری است.

سرفصل درس:

- مفهوم و نقش تحقیقات بازاریابی داخلی و یا خارجی در توسعه کشاورزی
- فرایند تحقیقات بازاریابی داخلی و خارجی
- تحقیقات کمی و کیفی بازاریابی در کشاورزی تجاری
- نقش تحقیقات در موفقیت سیستم بازاریابی کشاورزی تجاری
- مدیریت اطلاعات و منابع آن، نوع و کیفیت اطلاعات
- روش‌های جمع آوری اطلاعات، عملیات میدانی در بازاریابی کشاورزی تجاری
- تحلیل اطلاعات، گزارش تحقیق
- بانک‌های اطلاعاتی بازاریابی در کشاورزی تجاری
- تحقیق و توسعه در سیستم بازاریابی کشاورزی تجاری
- نقش تحقیقات در تصمیم‌گیری بازاریابی کشاورزی تجاری
- شناسایی تنگناها و مشکلات، اندازه‌گیری عملکرد سیستم
- ارزیابی کمی و کیفی سیستم بازاریابی در موفقیت بنگاه‌های کشاورزی تجاری
- شبکه اینترنت و تحقیقات، ماهیت تحقیقات کیفی، ارزیابی نظرات افراد
- تحلیل و تهیه گزارش

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

کریاسی، علیرضا (۱۳۸۹). بازاریابی محصولات کشاورزی. دانشگاه زابل.
 ونوس، داور، ابراهیمی، عبدالحمید و روستا، احمد (۱۳۸۷). تحقیقات بازاریابی: نگرش کاربردی. سمت.
 Carl, M. and Roger, G. (2010). Marketing Research Essentials. Wiley.



-
- Daniel, Jr. and Gates, R. (2007). Marketing Research Essentials. Wiley.
Sarris, A. and Hallam, D. (2006). Agricultural Commodity Markets and Trade: New Approaches to Analyzing Market Structure and Instability. Edward Elgar Pub.



مدیریت ریسک در کشاورزی تجاری (۴۱۰۷)		عنوان فارسی درس
Risk Management in Agribusiness		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	چیرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد: <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/> نظری
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعات: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مباحث و اصول ریسک است.

سرفصل درس:

- مفاهیم ریسک و عدم حتمیت در فعالیت‌های کشاورزی
- نقش ریسک در سرمایه‌گذاری و انتخاب فعالیت‌ها در بخش کشاورزی و صنایع غذایی
- کاربرد و پذیرش تکنولوژی جدید در کشاورزی
- تصمیم‌گیری در شرایط ریسکی
- منابع بروز ریسک
- روش‌های کاهش ریسک
- قواعد تصمیم‌گیری در شرایط ریسکی
- هزینه عدم اطمینان در انتخاب فعالیت‌های کشاورزی
- سود مورد انتظار در شرایط عدم اطمینان
- ریسک در کشاورزی و به‌کارگیری نهاده‌ها
- روش‌های مختلف اندازه‌گیری ریسک، رابطه ریسک و به‌کارگیری نهاده‌ها
- روش‌های اندازه‌گیری درجه ریسک گریزی مدیران واحدهای کشاورزی
- روش‌های کاهش ریسک، معیارهای کارایی در شرایط ریسک
- تحلیل تصمیم‌ها در شرایط ریسک
- برنامه‌ریزی مالی ریسک، تعامل بیمه و ریسک
- تلفیق برنامه‌ریزی پیشگیری خسارت و برنامه‌ریزی مالی ریسک



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

بریم‌نژاد، ولی (۱۳۸۴). مدیریت ریسک در کشاورزی. نشر آموزش کشاورزی.

قاسمی، عبدالرسول (۱۳۸۷). اقتصاد و مدیریت ریسک (کاربرد در بخش کشاورزی). جنگل-جاودانه.

Hardaker, J. B., Huirne, R. B. M. and Anderson, J. R. (1997). *Coping with Risk in Agriculture*. CAB International.

Hoag, D. L. (2009). *Applied Risk Management in Agriculture*. CRC Press.

Just, R. E. and Pope, R. D. (Eds.). (2002). *A Comprehensive Assessment of the Role of Risk in US Agriculture*. Springer.

Scott, N. (2003). *Agribusiness and Commodity Risk: Strategies and Management*. Risk Books in Association with Rabobank.

Varangis, P. N., Larson, D. F. and Anderson, J. R. (2002). *Agricultural Markets and Risks: Management of the Latter, Not the Former*. Rural Development.



مباحث منتخب در کشاورزی تجاری (۴۱۰۸)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Agribusiness		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه نوآوری و توسعه محصول و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.



سرمايه‌گذاري و ارزيابي اقتصادي طرح‌هاي كشاورزي (۴۲۰۱)		عنوان فارسي درس
Investment and Economic Evaluation of Agricultural Projects		عنوان لاتين درس
<input type="checkbox"/>	جبراني	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلي	
<input type="checkbox"/>	اصلي-اختياري	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصي-اصلي	
<input type="checkbox"/>	تخصصي-اختياري	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملي <input type="checkbox"/> نظري <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملي: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمي <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مباحث مربوط به ارزیابی اقتصادی بنگاه‌های تجاری کشاورزی است.

سرفصل درس:

- استراتژی‌های سرمايه‌گذاري
- مباني تحليل هزينه - فايده طرح‌هاي کوچک و بزرگ کشاورزي
- مراحل انجام ارزيابي طرح‌هاي کشاورزي و صنايع غذائي
- شاخص‌هاي ارزيابي طرح (اقتصادي، مالي، بازار، رست محيطي، فني و...)
- تعيين نرخ تنزيل مناسب و معيارهاي سنجش سودآوري طرح‌ها
- تحليل حساسيت
- تصميم‌گيري در شرايط عدم اطمینان بنگاه‌هاي کشاورزي
- نرخ بازده داخلي سرمايه‌گذاري در فعاليت‌هاي کشاورزي
- طرح‌هاي بخش خصوصي و روش ارزيابي آن
- قيمت‌هاي محاسباتي سايه‌اي براي كالاي قابل مبادله و غيرقابل مبادله
- ارزيابي ارزش نيروي كار
- تامين مالي طرح‌هاي اقتصادي
- مشكلات ارزيابي طرح‌هاي اقتصادي در كشورهاي در حال توسعه
- آشنائي با نرم‌افزارهاي ارزيابي
- ارزيابي اقتصادي يك طرح کشاورزي زير نظر استاد درس الزامي است



روش ارزيابي پيشنهادي:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملي	سایر (به اختيار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

رزبوم، بوهانس (۱۳۸۸). بهينه‌سازي سرمايه‌گذاري در تحقيقات کشاورزي. ترجمه عبدالمجيد شيخي. موسسه پژوهش‌هاي برنامه‌ريزي و اقتصاد کشاورزي.

معاونت نظارت راهبردی، دفتر نظارت بودجه (۱۳۹۰). راهنمای تهیه گزارش توجیه طرح‌های کشاورزی. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور.

Bain, X. B. X. Z. (2000). Feasibility Studies and Economic Evaluation of Agricultural Projects Manual. Jilin Science and Technology Press.

Vermeulen, S. and Cotula, L. (2010). Making the Most of Agricultural Investment: A Survey of Business Models that Provide Opportunities for Smallholders. Lied.



مدیریت مالی پیشرفته در کسب و کار کشاورزی (۴۲۰۲)		عنوان فارسی درس
Advanced Financial Management in Agricultural Businesses		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		دروس پیش‌نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی دانشجویان با مباحث پیشرفته مدیریت مالی و الگوسازی در صفحه گسترده Excel است.

سرفصل درس:

- ارتباط مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، هزینه مبادلات در سرمایه‌گذاری
- محاسبات ارزش زمانی پول
- مدیریت اعتبارات
- سیستم‌های کنترل موجودی کالا و مواد و سفارش
- برنامه‌ریزی مالی کوتاه مدت و بلند مدت
- مدیریت سرمایه در گردش
- خصوصیات و منابع تامین سرمایه
- سیاست‌ها و تئوری‌های تقسیم سود
- ارزش‌گذاری سهام
- سرمایه‌گذاری در شرایط عدم قطعیت
- ارزیابی سالانه بودجه واحد تولیدی
- بندبندی سرمایه در گردش (مدیریت نقدینگی)
- الگوی قیمت‌گذاری دارایی‌ها
- استهلاک و جایگزینی دارایی‌ها
- تجزیه و تحلیل حساسیت
- آشنایی با صفحه گسترده Excel در مدیریت مالی فعالیت‌های کشاورزی



روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- ریموند، نوو (۱۳۹۰). مدیریت مالی (جلد دوم). مترجم علی پارسائیان، علی جهانخانی. سمت.
 هامپتون، جان (۱۳۸۴). مدیریت مالی. مترجم مسعود و حمیدرضا وکیلی فرد. پلیکان.
 Barry, P. and Ellinger, P. N. (2011). Financial Management in Agriculture. Prentice Hall.
 Van-Deventer, D. R., Imai, K. and Mesler, M. (2013). Advanced Financial Risk Management. Wiley.
 Obst, W. J., Graham, R. and Christie. (2007). Financial Management for Agribusiness. Landlinks Press.

اصول بانکداری اسلامی و بیمه کشاورزی (۴۲۰۳)		عنوان فارسی درس	
Principles of Islamic Banking and Agricultural Insurance		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جهانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری <input type="checkbox"/> عملی	
مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با ساختار صنعت بیمه و بانک به منظور مدیریت دارایی‌ها و تامین منابع سرمایه‌گذاری است.

سرفصل درس:

- بررسی ساختار صنعت بیمه (بیمه‌های تجاری و بیمه محصول، مفهوم بیمه تجاری و بیمه محصول، بیمه‌گر و بیمه‌گزار)
- بازار بیمه (حق بیمه، برآورد خسارت)، قوانین حاکم بر صنعت بیمه تجاری و محصول کشاورزی
- ابزارهای سیاستی بیمه‌ای، قراردادهای بیمه (تعهدات، مخاطرات اخلاقی)، انواع بیمه‌های تجاری و محصول کشاورزی
- تجربیات سایر کشورها، رابطه بیمه مرکزی با بیمه‌های تجاری.
- انواع بانک‌ها و مؤسسات اعتباری (دولتی و خصوصی: تجاری، توسعه‌ای)
- انواع خدمات بانکی، انواع حساب‌های بانکی، آشنايي با نحوه افتتاح حساب
- انواع تسهیلات بانکی (سرمایه‌ای، سرمایه در گردش و...) در کسب و کار کشاورزی
- آشنایی با سیستم بانکداری اسلامی
- انواع عقود اسلامی در ارائه تسهیلات، انواع وثائق و ضمانت‌نامه‌های بانکی
- ربا و بانکداری اسلامی
- بانکداری اسلامی و ریسک سرمایه و تولید در کسب و کار کشاورزی
- اعتبار اسنادی، فرایند گشایش اعتبار بانکی در کسب و کار کشاورزی
- قوانین حاکم بر صنعت بانکداری اسلامی در کسب و کار کشاورزی
- نرخ سود بانکی، معوقه‌های بانکی، بازار بین بانکی در کسب و کار کشاورزی
- رابطه بانک مرکزی و بانک‌ها، آشنایی با صندوق بین‌المللی پول
- سیاست‌های ارزی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

ایتورپوز، رامپرو (۱۳۹۱). بیمه کشاورزی. ترجمه حبیب میرزایی. بیمه مرکزی ایران.

Brown, M. C. and Clark, N. E. (2013). Federal Crop Insurance: Elements and Proposals (Agriculture Issues and Policies). Nova Science Pub.

- Matthews, K. and Thompson, J. (2010). The Economics of Banking (3rd edition). Wiley.
Rejda, G. E. (2007). Principles of Risk Management and Insurance (10th edition). Prentice Hall.
World Bank. (2005). Agriculture Investment Sourcebook.



بازارهای آینده محصولات کشاورزی (۴۲۰۴)		عنوان فارسی درس
Future Markets of Agricultural Products		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مفهوم و مکانیزم بازارهای آینده است.

سرفصل درس:

- مدیریت ریسک قیمت محصولات کشاورزی
- نقش بازارهای آینده در کاهش ریسک قیمت
- پیش‌بینی بازارهای آینده
- مکانیزم بازارهای آینده
- اجزا و ارکان بازارهای آینده
- کارگزاران بازارهای آینده
- تجربه جهانی بازارهای آینده محصولات و فرآورده‌های کشاورزی
- پیش‌فروش محصولات کشاورزی
- مشکلات و محدودیت‌های بازارهای آینده
- اثر سیاست‌های دولتی بر بازارهای آینده
- تأثیر رشد فناوری در بازارهای آینده
- اثرات دگرگونی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بر بازارهای آینده
- نظام اطلاعاتی بازاریابی و برنامه‌ریزی برای بازارهای آینده
- تدوین سند راهبردی و چشم‌انداز در کسب و کار کشاورزی

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

تومک، ویلیام جی. و رابینسون، کنت ال. (۱۳۸۹). قیمت محصولات کشاورزی. ترجمه صفدر حسینی و نرجس مسرو. دانشگاه تهران.
 فهیم خان، م. و میرزاده، محمد (۱۳۸۷). آتی‌های اسلامی و بازارهای آن‌ها (با اشاره به نقش آنها در توسعه بازارهای مالی روستایی). ترجمه محمد مهدی عسگری و محمد بیگدلی. دانشگاه امام صادق (ع).



Duncan, R. (1999). *Agricultural Futures and Options: Understanding and Implementing Trades on the North American and European Markets*. McGraw Hill

Grunert, K. G., Larsen, H. H., Madsen, T. K. and Baadsgaard, A. (2011). *Market Orientation in Food and Agriculture*. Springer.



بازارهای مالی و اعتباری کشاورزی (۴۲۰۵)		عنوان فارسی درس
Agricultural Financial and Credit Markets		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
مدیریت مالی در کسب و کار کشاورزی (۴۰۰۵)		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با بازارهای مالی و اعتباری کشاورزی است.

سرفصل درس:

- تعاون در بازارهای مالی کشاورزی
- منابع مالی و اعتباری کشاورزی
- نقش بخش خصوصی در بازارهای مالی کشاورزی
- نقش بخش عمومی در بازارهای مالی کشاورزی
- چالش‌ها و تنگناهای موجود در بازارهای مالی کشاورزی
- سیاست مالی و اعتباری دولت در بخش کشاورزی
- اعتبارات ارزان در کشاورزی
- بانک کشاورزی و بازارهای مالی و اعتباری
- نقش شرکت‌های تعاونی روستایی در بازارهای مالی و اعتباری
- وثیقه و ضمانت‌های مالی و اعتباری
- انواع ریسک در بازارهای مالی و اعتباری

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	نسایر (به اختیار مدرس درس)
-	٪۵۰	٪۲۵	٪۲۵

منابع:

شریمیر، رونالد آرتور (۱۳۸۹). اقتصاد بازارهای کشاورزی. سیاوش دهقانیان، محمد قربانی و فرخ دین قزلی. دانشگاه فردوسی مشهد.
 قربانی، محمد، نعمتی، امین (۱۳۹۰). تامین مالی کشاورزی (اصول و مبانی). دانشگاه فردوسی مشهد.
 نورتون، راجر (۱۳۹۰). تامین مالی خرد کشاورزی. ترجمه محمدتقی جمشیدی بروجردی. سپهر.

Fabozzi, F. J., Modigliani, F. and Jones, F. (2009). Foundations of Financial Markets and Institutions (4th edition). Prentice Hall.

Gardner, B. L. and Rauser, G. C. (2001). Agricultural Finance: Credit, Credit Constraints and Consequences, Handbook of Agricultural Economics, Elsevier.

Madura, J. (2012). Financial Markets and Institutions. Cengage Learning.

بودجه بندی و کنترل در کسب و کار کشاورزی (۴۲۰۶)		عنوان فارسی درس
Budgeting and Control in Agricultural Business		عنوان لاتین درس
<input type="checkbox"/>	جبرانی	تعداد واحد: ۳ نوع واحد:
<input type="checkbox"/>	اصلی	
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری	
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی	
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری	
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>
-		دروس پیش نیاز
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>		
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>		

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل مرتبط با بودجه بندی و کنترل است.

سرفصل درس:

- معرفی سیستم های کنترل مدیریت
- سیستم های کنترل در واحدهای تولیدی کشاورزی
- ابزارها و تکنیک های کنترل در واحدهای تولیدی کشاورزی
- ارتباط میان سیستم های کنترل مدیریت و رفتار سازمانی
- مراکز درآمد و هزینه
- مراکز سود
- مراکز سرمایه
- ارزش افزوده اقتصادی فعالیت های کشاورزی
- بودجه بندی عملیاتی
- بودجه بندی سرمایه ای
- تحلیل گزارشات مالی در واحدهای تولید کشاورزی
- ارزیابی عملکرد سازمان
- سیستم پاداش برای مدیران

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان ترم	آزمون های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

- معاونت نظارت راهبردی، دفتر نظارت بودجه (۱۳۹۰). راهنمای تهیه گزارش توجیه طرح های کشاورزی. سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی (۱۳۸۸). قیمت گذاری محصولات کشاورزی.
- Consultants, A. B. (2006). The Agricultural Budgeting and Costing Book. Agro Business Consultants.
- King, R. (2005). The Agricultural Budgeting and Costing Book. Leicestershire.

تحلیل داده‌ها و تصمیم‌گیری در کسب و کار کشاورزی (۴۲۰۷)		عنوان فارسی درس	
Data Analysis and Decision Making in Agricultural Business		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		<input checked="" type="checkbox"/> نظری	<input type="checkbox"/> عملی
-		نوع واحد: عملی	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با روش‌های کمی کاربردی در مدیریت زنجیره تولید است.

سرفصل درس:

- مفاهیم احتمالات
- درخت تصمیم و دیاگرام تأثیرات
- ابزارهای آماری و فنون تصمیم‌گیری چندشاخصه
- بررسی مقایسه‌ای تحلیل داده‌ها در کسب و کار کشاورزی
- عبانی تئوری تصمیم‌گیری
- تصمیم‌گیری چندمعیاره و کاربرد آن در کسب و کار کشاورزی
- داده‌کاوی و بهره‌گیری از ابزارهای تحلیل داده‌ها
- کاربرد روش‌های آماری در توصیف روابط کمی بین داده‌ها در کسب و کار کشاورزی
- مدل‌های تئوری صف
- روش‌های فرآیندکاری
- کاربرد برنامه‌ریزی ریاضی در مدیریت کسب و کار کشاورزی
- مسائل بهینه‌سازی در اقتصاد و ابعاد آن
- تحلیل پوششی داده‌ها و ارزیابی کارایی واحدهای تصمیم‌گیری
- بهبود کیفیت تصمیمات مدیران با کمک‌گیری از فناوری اطلاعات

روش ارزیابی پیشنهادی:

میان‌ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه عملی	سایر (به اختیار مدرس درس)
-	۵۰٪	۲۵٪	۲۵٪

منابع:

Amdekar, S. J. (2013). Statistical Methods for Agricultural and Biological Sciences. Narosa Pub House.
 Kaiser, H. M. and Messer, K. D. (2011). Mathematical Programming for Agricultural, Environmental and Resource Economics. Wiley.
 Mucherino, A., Papajorgji, P. J. and Pardalos, P. M. (2009). Data Mining in Agriculture. Springer.
 Unites States Government Printing. (2012). Agricultural Statistics.

مباحث منتخب در مالیه کشاورزی (۴۲۰۸)		عنوان فارسی درس	
Selected Topics in Agricultural Finance		عنوان لاتین درس	
<input type="checkbox"/>	جبرانی	نوع واحد:	تعداد واحد: ۳
<input type="checkbox"/>	اصلی		
<input type="checkbox"/>	اصلی-اختیاری		
<input type="checkbox"/>	تخصصی-اصلی		
<input checked="" type="checkbox"/>	تخصصی-اختیاری		
تعداد ساعت: ۴۸		نوع واحد: عملی <input type="checkbox"/> نظری <input checked="" type="checkbox"/>	
-		دروس پیش نیاز	
آموزش تکمیلی عملی: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>			
سفر علمی <input type="checkbox"/> کارگاه <input type="checkbox"/> آزمایشگاه <input type="checkbox"/> سمینار <input type="checkbox"/>			

هدف: هدف از این درس آشنایی با مسائل روز در حوزه نوآوری و توسعه محصول و زمینه‌های تحقیقاتی و کاربردی نوین در این حوزه است.

سرفصل درس:

سرفصل‌ها و منابع درسی می‌توانند با توجه به نیازهای دانشجویان و مسائل روز کشور تعیین شوند.

